



L'Artgame, un jeu utopique à l'ère de la gamification ?

Claire Siegel

► To cite this version:

Claire Siegel. L'Artgame, un jeu utopique à l'ère de la gamification ?. Art et histoire de l'art. Université Paul Valéry - Montpellier III, 2015. Français. NNT : 2015MON30037 . tel-01280999v2

HAL Id: tel-01280999

<https://theses.hal.science/tel-01280999v2>

Submitted on 3 Mar 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

**UNIVERSITE PAUL VALÉRY – MONTPELLIER
III**

ECOLE DOCTORALE 58 LANGUES, LETTRES, CULTURES &
CIVILISATIONS

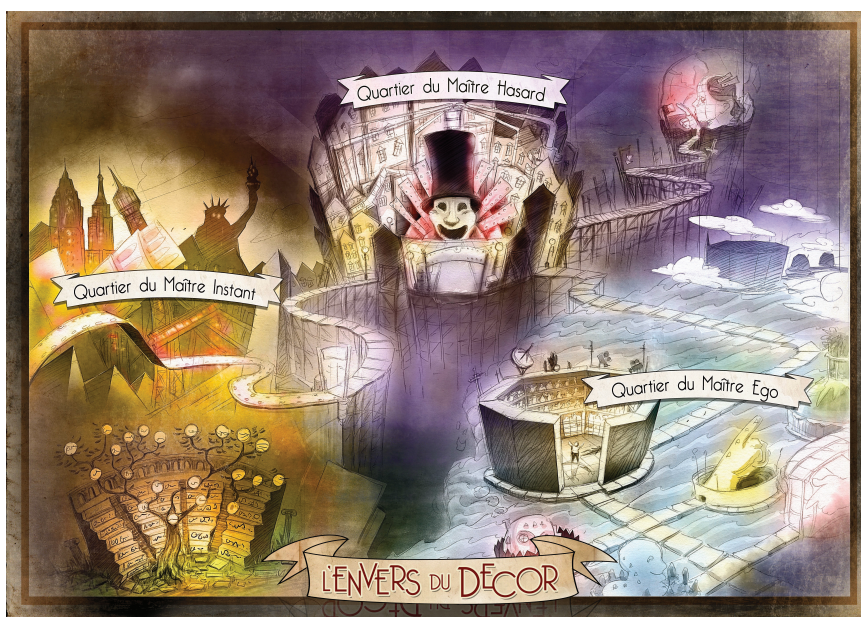
UNITE DE RECHERCHE EA 4209 RIRRA 21
Représenter, Inventer la Réalité, du Romantisme à l'Aube du XXI^e siècle

DOCTORAT EN ARTS (18^e SECTION)
SPECIALITE : ARTS PLASTIQUES

Présentée par Claire SIEGEL

Sous la direction de Madame le professeur Valérie ARRAULT

**L'Artgame, un jeu utopique à l'ère de la
gamification?**



Soutenue le 4 décembre 2015 devant le jury composé de :

Mme Valérie ARRAULT, professeur des universités en arts
plastiques, Université Paul Valéry Montpellier III

Directrice de
recherche

M. Xavier LAMBERT, professeur des universités en arts
plastiques, Université Jean Jaurès, Toulouse II, Le Mirail

Rapporteur

M. Stéphane NATKIN, professeur de la chaire Systèmes
Multimédia au CNAM, Paris, et directeur de l'ENJMIN,
Angoulême

Examineur

Mme Patricia SIGNORILE, Maître de Conférences HDR
philosophie des sciences de l'art, esthétique, Université Paul
Cézanne, Aix-Marseille III

Rapporteur

UNIVERSITE PAUL VALÉRY – MONTPELLIER III

ECOLE DOCTORALE 58 LANGUES, LETTRES, CULTURES & CIVILISATIONS

UNITE DE RECHERCHE EA 4209 RIRRA 21

Représenter, Inventer la Réalité, du Romantisme à l'Aube du XXI^e siècle

DOCTORAT EN ARTS (18^e SECTION)

SPECIALITE : ARTS PLASTIQUES

Présentée par Claire SIEGEL

Sous la direction de Madame le professeur Valérie ARRAULT

L'Artgame, un jeu utopique à l'ère de la gamification ?

Soutenue le 4 décembre 2015 devant le jury composé de :

Mme Valérie ARRAULT, professeur des universités en arts
plastiques, Université Paul Valéry Montpellier III

M. Xavier LAMBERT, professeur des universités en arts
plastiques, Université Jean Jaurès, Toulouse II, Le Mirail

M. Stéphane NATKIN, professeur de la chaire Systèmes
Multimédia au CNAM, Paris

Mme Patricia SIGNORILE, Maître de Conférences HDR
philosophie des sciences de l'art, esthétique, Université Paul
Cézanne, Aix-Marseille III

Directrice de
recherche

Rapporteur

Examineur

Rapporteur

L'Artgame, un jeu utopique à l'ère de la gamification?

Résumé

Du *serious game* à l'*Artgame*, le jeu vidéo s'est détaché de l'industrie du loisir pour devenir l'un des médiums les plus attractifs de ce siècle. La *gamification*, notamment, traduit une aspiration au ludique qui pénètre les mentalités des individus contemporains et leur rapport au monde et à autrui. Que ce soit dans son industrie, dans les mouvements des *serious games*, des *Games For Change* et également de l'*Artgame* et du *Game Art*, l'avènement de la société du jeu total est manifeste. Comme le jeu avant lui, le jeu vidéo est un espace de représentations, véhicule de *l'esprit du temps*. Perpétuées ou mises en critique, les représentations se déploient à l'intérieur des formes et des structures de ces objets vidéoludiques. Formant des « architectures rhétoriques », les jeux vidéo doivent être considérés comme des « hypermédiums » afin de découvrir les discours et les tensions socio-politiques en jeux.

Par leurs créateurs, ces formes artistiques sont des prismes qui permettent de faire apparaître les enjeux contemporains à travers différents matériaux artistiques : image, musique, texte, mécanique, systèmes de *gameplay*, etc. Face à une *gamification* dont l'objectif est d'édulcorer le monde pour le rendre fonctionnel dans une société néolibérale aliénante, certaines œuvres vidéoludiques, notamment dans le domaine de l'*Artgame*, dévoilent le potentiel émancipateur, critique et revendicateur du jeu vidéo. Chez elles, les territoires vidéoludiques sont, au contraire, saisis comme une « technique du réveil » des questions philosophiques fondamentales, des actes sociétaux nécessaires et d'un engagement politique vital chez l'individu contemporain.

Mots clés : Gamification, Société du jeu total, Jeux vidéo, Artgame, Hypermédium, Game Design

ArtGame, a gameful utopia in the era of gamification ?

Abstract

From serious games to ArtGame, the video game broke away from the entertainment industry to become one of the most attractive media of this century. Gamification, in particular, reflects a desire for fun penetrating the mentality of contemporary people and their relation to the world and to others. Whether in its industry, in the serious games movement, or the Games for Change and also the ArtGame and Game Art, the advent of the society of total gaming is obvious. As with all forms of games previously, the video game appears as a space for representations, a vehicle of “*l’esprit du temps*”. Perpetuated or criticized, these representations unfold within the formal and structural representations of these videogames. Forming "rhetorical architectures", video games must be regarded as “hypermediums” to discover discussions and the socio-political tensions at play.

Through their creators, these art forms are like prisms that can show the contemporary issues through the various artistic materials : image, music, text, mechanics, gameplay systems, etc. Faced with gamification aiming to sweeten the world to make it functional in an alienating neo-liberal society, some video games, especially in the field of ArtGame, unveil the emancipating, critical and demanding potential of video games. Among them, the video game territories are, instead, considered as an "awakening technique" for fundamental philosophical questions, necessary societal actions and vital political commitments in the contemporary individual.

Key words : Gamification, Society of total gaming, Videogames, Artgame, Hypermédium, Game Design

Remerciements

En premier lieu je tiens à remercier très sincèrement ma directrice de recherche, Mme Valérie Arrault, pour son admirable travail au sein du département Arts Plastiques. Je la remercie pour l'encadrement de ma recherche, qui, à son image, a été rigoureux, stimulant et encourageant. Merci aussi pour sa disponibilité sans faille qui a permis à ce travail et à cette expression plastique de voir le jour.

Je remercie également Mme Emmanuelle Jacques qui m'a initiée à la recherche sur les jeux vidéo lors de ma formation et qui a aussi activement participé à l'élaboration de ma thèse, toujours avec une grande bienveillance et une grande générosité.

A elles deux, merci d'avoir fait de moi la conceptrice que je suis aujourd'hui.

En second lieu, je remercie l'équipe de recherche qui m'a tant apporté par ses séminaires et sa disponibilité. Je tiens à exprimer ma gratitude tout particulièrement, à M. Thierry Serdane, qui a lui aussi joué le rôle d'un guide dans ma recherche et qui m'a toujours aidée à aborder les situations, parfois difficiles, toujours avec un grand soutien. Mes pensées vont aussi vers M. Patrice Cervellin qui m'a aussi beaucoup apportée par ses interrogations, son pragmatisme et son soutien. Egalement, à Mme Karine Pinel et M. Eric Villagordo, merci pour leurs interventions toujours très méthodologiques qui m'ont beaucoup aiguillée. A Mme Audrey Cavaillé et M. Antoine Verdier, merci pour leurs encouragements.

En troisième lieu, je remercie mes amies, Violaine Laborie et Marion Verries ainsi que ma famille, ma mère Monique Vabre, ma tante Sylvette Vabre et mon père Robert Siegel, pour leur patience et leurs relectures. Ils ont vécu cette période en partageant son intensité et en tâchant de la simplifier. Pour leur aide précieuse et pertinente, et pour leurs encouragements sans limite : merci. Une pensée aussi pour ma sœur Virginie et mon frère Nicolas, sans qui je n'aurais certainement jamais été aussi attirée par les jeux vidéo. Merci également à Maxime Petit qui a répondu à mes appels à l'aide sur les traductions des nombreuses citations en anglais dans le texte.

Enfin, je terminerai ces remerciements en disant que cette thèse prouve que les valeurs de collectif, d'entraide et d'amour du travail bien fait sont toujours vivantes, puisque le projet L'Envers du Décor a fédéré des personnes talentueuses, venant de tous les horizons : merci à Vincent Aubry, Anthony Vérons, Guillaume Casanave, Anthony Simon, Thomas Di Folco, Mérédith Alfroy et Jason Khoury.

Je ne pourrais clore ces remerciements sans témoigner toute ma gratitude à mon compagnon, Christophe Remy, qui a vécu cette aventure vidéoludique et doctorale avec moi depuis le début et sans qui elle n'aurait pu aboutir. Merci pour son soutien quotidien et inconditionnel.

Avant-propos

« Every day the same dream »



Figure P.1 La Molleindustria, *Every day the same dream*, 2009

L'écran s'allume et laisse apparaître au cœur de la fenêtre une petite image rectangulaire. En l'observant bien, on y distingue un personnage, banal, un peu bedonnant qui se détache à peine de l'ensemble du décor, lui aussi minimaliste et terne. Dans cet espace intime, dans cette chambre qui s'illumine au réveil du protagoniste, le joueur se questionne pour rapidement identifier l'action que l'on attend de lui. Le positionnement du personnage sur la gauche de l'image appelle le joueur à se diriger vers l'armoire et à se déplacer dans cette direction tout au long du jeu pour dérouler à la manière d'un parchemin, l'histoire de cet homme.

Everyday the same dream est un *artgame* créé par le collectif La Molleindustria. Il signe la rencontre entre le jeu vidéo et l'art. L'utilisation de codes vidéoludiques et l'agencement des mécaniques de jeu entre elles donnent naissance à une œuvre critique de la société contemporaine. *Everyday the same dream* fonctionne comme une boucle qui se répète plongeant le joueur dans le quotidien monotone et dépressif d'un individu semblable à tous les autres. Cette boucle se manifeste d'abord par la musique qui retentit dans ses oreilles et se répète. Elle apparaît visuellement déroulée, à la manière de ce parchemin, et le conduit toujours à ce premier instant, celui du « réveil ». Cette boucle inscrit le joueur dans un schéma d'actions et d'épreuves mais elle n'est pas, ici, uniquement celle du système de jeu. C'est une

représentation du cercle idéologique à l'intérieur duquel l'individu contemporain est prisonnier : le but du jeu, pour le joueur, est d'en émanciper le personnage.

Le joueur peut être surpris par cette curiosité vidéoludique. Les codes qu'il connaît bien ne sont pas présents. Le jeu semble lui dire quelque chose au lieu d'être cette machine à *fun* habituelle. En se rapprochant plus près de l'écran, peut-être peut-il entrevoir que ce jeu n'offre pas ces espaces merveilleux dans lesquels il a pour habitude de se promener. Non, ici, c'est plutôt à son reflet qu'il est confronté, replacé à l'intérieur des conditions socio-politiques contemporaines. Pas d'évasion, pas de berceuse, *Every day the same dream* n'est pas un marchand de sable mais projette l'utopie d'un jeu vidéo émancipateur.

Aujourd'hui encore, les discours autour des jeux vidéo sont ambivalents. Selon les humeurs des uns, ces formes plastiques apparaissent dans les médias, comme les responsables des maux et des travers de la société contemporaine. Selon les autres, elles sont comme des « remèdes-miracle » aux prouesses technologiques jusqu'alors inimaginables et aux pouvoirs motivationnels sans faille. Par cette ambiguïté, la place du jeu vidéo excède l'industrie du divertissement sur laquelle il siège. Elle est d'ores et déjà sociétale. Elle s'étend dans de nombreux domaines, médical, économique, social, politique et artistique. Le manifeste du *game designer*, Eric Zimmermann, révèle que les jeux vidéo ont pénétré les mentalités permettant une nouvelle forme d'intelligence en réponse au siècle précédent de l'Information. En justifiant ainsi cette place de plus en plus importante qu'occupent ces objets ludiques dans les sociétés contemporaines, qui définissent des modes d'être, de penser et d'agir, la proposition de ce concepteur transcrit le problème de cette « alphabétisation vidéoludique » du 21^e siècle.

Le développement de cette industrie du divertissement s'hybride d'un caractère « sérieux » avec les *serious games* (jeux utiles), les *Games For Change* (jeux pour le changement sociétal) et les *newsgames* (jeux journalistiques). Ensemble ils conjuguent l'étrange ambiguïté d'une revendication d'absence de sens de ces objets, au nom d'un délasserment cognitif, et celle d'une vision utilitariste permettant de faire de ceux-ci quelque chose de totalement autre, en mettant à profit ses caractéristiques primaires. De la même manière, l'industrie vidéoludique revendique un statut artistique tout en se déchargeant de toute symbolique ou représentation culturelle signifiante. Dans le domaine de l'*Artgame* et du *Game Art*, l'ambiguïté est maintenue : certains artistes recherchent l'expérimentation, l'innovation, dans une forme nouvelle d'esthétique relationnelle, alors que d'autres, au

contraire, vont travailler une dimension discursive, rhétorique du jeu vidéo. Cette vision répandue d'un jeu vidéo dont le sens n'excéderait pas l'acte de jouer, entretient, bien souvent, l'idée qu'ils ne sont que des coquilles vides, que des distractions.

Les jeux vidéo sont dans cette thèse considérés comme une matière manipulable comme peut l'être une peinture, avec sa technique, ses matériaux et ses outils propres. A la différence qu'ici la toile est dématérialisée, projetant un espace numérique en deux ou en trois dimensions. Des objets modélisés ou dessinés y sont placés. La composition s'y fait de formes et de couleurs, mais aussi – et c'est là sa spécificité - d'un système de règles définissant les lois d'un univers impliquant les actions d'un joueur et son déplacement dans un environnement virtuel. En héritant de mouvements artistiques qui voient le jour dans plusieurs collectifs d'artistes tels que La Molleindustria, Tale of Tales ou One Life Remains, ce travail de recherche a pris plusieurs formes pour interroger la qualité du jeu vidéo comme celle d'un médium artistique. Sa forme théorique apparaît dans les pages de cette thèse. Sa forme pratique, quant à elle, a d'abord pris naissance dans le collectif Antithèse que j'ai fondé en 2013, puis celle du projet nommé *L'Envers du Décor*. Leur ambition est habitée par le désir de créer un jeu vidéo différent, inspiré du mouvement de l'*Artgame*, dans un projet d'émancipation tant du médium vidéoludique, du joueur que de ses *game designers*. Plongé au cœur d'une société du jeu total, *L'Envers du Décor* et le collectif Antithèse constituent le point de départ de cette réflexion sur la conception de jeux vidéo dont l'ambition est le réveil des consciences et non plus l'édulcoration du monde comme le propose la *gamification*. Pour cela, il faut décoloniser le médium vidéoludique des standards et valeurs néolibérales qu'il perpétue.

Table des matières

Avant-propos.....	4
Introduction générale.....	13
PARTIE 1 La société du jeu total. Edulcorer le monde.....	23
Introduction.....	25
Chapitre 1 « Reality is broken » Postmodernisme et désenchantement.....	27
1. Le désinvestissement du réel : exode vers les mondes vidéoludiques.....	27
2. Le désenchantement du monde.....	30
2.1 The Charm is broken (Le Charme est rompu).....	32
2.2 La réalité est malade.....	35
3. Le jeu comme nouveau candidat au réenchantement du monde.....	37
3.1 L'UbiComp World.....	37
Idéation 1/2 : une société ludique.....	39
3.2 Les trois parades au désenchantement du monde.....	50
Idéation 1/2 : carte d'identité de L'Envers du Décor.....	55
Chapitre 2 Processus historique de formation de la gamification.....	59
1. Première trajectoire historique : le masque du jeu.....	59
1.1 Premier portrait de la gamification comme « phénomène ».....	59
1.2 Des anecdotes des prédicateurs de la gamification à une trajectoire historique :.....	62
1.3 Dialectique du jeu : valorisation d'un jeu sérieux.....	65
Le Masque du jeu et le Maître Hasard.....	66
2. Deuxième trajectoire historique : des wargames à la culture du fun en entreprise.....	72
2.1 Rationalisation du jeu.....	72
2.2 Séparation et réconciliation du jeu et du travail : au-delà du temps libre.....	74
2.3 Changement de paradigme : la nature ludique et compétitive de l'homme.....	79
2.3 La question du « fun ».....	81
La Fabrique Universelle du Néopanludisme.....	88

Chapitre 3 La société du jeu total. Formes et valeurs de la gamification.....	95
1. Les formes de la gamification.....	95
1.1 La gamification comme « fait social total ».....	95
1.2 Du jeu vidéo au serious game.....	98
1.3 Une journée dans un monde gamifié : applications, réalité augmentée, bornes digitales et objets connectés.....	103
Les stations ludiques.....	109
2. Promesses et valeurs.....	120
2.1 De nouveaux ressorts dans le domaine du travail : l'engagement total.....	120
2.2 S'améliorer : le soi quantifié.....	125
2.3 Adopter les bons comportements : l'idéal de gouvernance.....	130
La mécanique du score et sa signification.....	133
3. La société du jeu total et ses tendances néolibérales.....	141
3.1 Rapports au moi, à l'autre et au monde : les logiques de la récompense comme logique de l'intérêt personnel.....	141
3.2 Métamorphose du surmoi dans la gamification : comment les mentalités changent.....	148
Les différents quartiers.....	155
Conclusion.....	169
 PARTIE 2 Territoires vidéoludiques. Espaces neutres?.....	 171
Introduction.....	173
Chapitre 4 Les jeux et l'esprit du temps.....	175
1. Entre expérience-joueur et représentations sociétales.....	175
1.1 Jeux vidéo, jouets et jeux de société.....	175
1.2 Un objet du domaine de l'action ?.....	176
1.3 Quel(s) sens dans les jeux vidéo : deux visions opposées.....	179
Définition de l'expérience-joueur.....	180
2. Les jeux, symboliques ?.....	186
2.1 Expression du joueur ou espace de représentation idéologique ? Le cas du jeu libre.....	186
2.2 Les jeux de parcours.....	189
2.3 Les parcs d'attractions.....	197
2.4 De la vision du concepteur à celle des joueurs.....	198
Une ville décor.....	203

Chapitre 5 Le game designer comme sujet culturel. Des mécaniques de gameplay

aux idéologèmes.....	211
1. Quels concepteurs de jeux vidéo ?.....	212
1.1 Consubstantialité du jeu et de l'ennui.....	212
1.2 Ce qui se joue dans les mains des concepteurs.....	215
1.3 Les jeux comme textes, les concepteurs comme sujets culturels.....	217
La mécanique de la jauge d'aspiration.....	222
2. Des mécaniques comme idéologèmes.....	230
2.1 Rhétorique du gameplay.....	231
2.2 Les game design patterns.....	232
2.3 L'exemple du game design pattern de l'ennemi.....	235
La mécanique de « l'envers du décor ».....	241
3. Les jeux vidéo comme outils de propagande ou « arme de la critique ».....	252
3.1 La bonne et la mauvaise rhétorique : rappel d'une ancienne querelle.....	253
3.2 Les différentes rhétoriques à l'œuvre dans les jeux vidéo.....	256
3.3 Quelle réception pour le joueur ?.....	259
3.4 Contre la rhétorique procédurale ?.....	262
Les systèmes de jeu et les boucles de gameplay.....	268

Chapitre 6 Artgame & Game Art. *Dialectique contre-idéologique ou esprit de la gamification ?*.....

1. La « dérive » du jeu de l’art moderne à l’art contemporain ?.....	282
1.1 Dada et le Surréalisme : pratiques ludiques des arts.....	284
1.2 Du Situationnisme à Fluxus.....	289
1.3 L’échec de l’Avant-garde, « hit parade » d’une institution artistique contemporaine.....	294
2. Expression Avant-garde ou néo-Avant-garde dans l’ <i>Artgame</i>	297
2.1 Aux sources du Game Art et de l’Artgame.....	298
2.2 Tentative de définition de l’Artgame.....	301
2.3 Les problématiques esthétiques au cœur du Game Art et de l’Artgame.....	305
Se situer dans le paysage vidéoludique.....	318
3. De la nécessité d’une philosophie esthétique de l’Artgame et du Game Art : le « radical game design » de Mary Flanagan.....	323
3.1 Une théorie d’Avant-garde du game design.....	323
3.2 Les outils de la théorie du critical play.....	327
« Unplaying-Reskinning-Rewriting ».....	330
Conclusion.....	337

PARTIE 3 Décolonisation du médium vidéoludique. Des jeux vidéo comme lieux d'expressions utopiques ?.....	339
Introduction.....	341
Chapitre 7 Hypermédium ? Ouvrir le médium vidéoludique.....	343
1. Le jeu vidéo est un médium artistique.....	344
1.1 Définition des hypermédia et logiques de l'immédiateté et de l'hypermédiateté de Richard Grusin et Jay D. Bolter.....	344
1.2 La critique sociétale de GTA IV et V ? Le rôle de l'hypermédiateté.....	346
1.3 Hypermédiums ?.....	352
2. Exemple de La Molleindustria, Unmanned.....	357
2.1 Le collectif La Molleindustria.....	358
2.2 Le contexte de création d'Unmanned.....	361
2.3 Le thème des drones de guerre.....	363
2.4 Images, textes, sons et gameplay au service de la création du personnage : Kirk.....	364
2.5 Valeurs et rhétoriques d'Unmanned.....	370
Mise à l'essai du caractère d'hypermédium du projet : exemple de la publicité.....	378
Chapitre 8 Penser le potentiel utopique des jeux vidéo. Des « architectures rhétoriques ».....	389
1. Les jeux vidéo, de « bons » lieux ?.....	390
1.1 Une fabrique de bonheur ?.....	390
1.2 Des espaces « autres », virtuels et concrets à la fois.....	394
Construction d'un espace idéologique, symbolisant l'enfermement du joueur.....	402
2. Remise en question du caractère utopique des jeux vidéo.....	410
2.1 Asphyxie des utopies ?.....	410
2.2 Nécessité de l'utopie émancipatrice : réhabilitation et redéfinition.....	415
Les espaces utopiques dissimulés dans l'envers du décor.....	419
Conclusion.....	439
Conclusion générale.....	441
Références bibliographiques.....	451
Lexique.....	479
Annexes.....	485

Introduction

Les jeux vidéo constituent aujourd'hui l'un des médiums les plus attractifs de notre époque. Industrie du divertissement, *gamification* et scène artistique, ces objets ludiques semblent à la conquête du monde lorsque le *game designer*, Eric Zimmermann, déclare « Le 21^e siècle est celui du ludique »¹. En quoi les places, concrètes et symboliques, qu'occupe le jeu vidéo aujourd'hui, font-elles de lui un médium artistique à la fois révélateur des tendances néolibérales des sociétés postmodernes occidentales et à la fois un médium armé pour en faire la critique ? Cette ambivalence révèle le cœur de la problématique étudiée, à savoir comment ces formes artistiques vidéoludiques impactent le monde. Les jeux vidéo impliquent une matérialité, celle du joueur, de l'acheteur ou de l'utilisateur qui renvoie à la relation d'un sujet à un objet technologique : en ce sens ils sont concrets. Egalement les jeux vidéo impliquent une dimension symbolique et mentale qui participe à la construction, mais aussi peut-être à la « réquisition » des imaginaires. En cela, cette recherche entend mettre à jour ces différents espaces à la fois réel, symbolique, idéologique et culturel que les jeux vidéo habitent. Pour cela, il va être nécessaire de manipuler ces formes plastiques, de les analyser et de les cartographier.

¹ E. ZIMMERMAN, « Manifesto for a ludic century », in S. P. Walz, S. DETERDING, *The Gameful World*, p. 19.

Dans ma pratique, le jeu vidéo est un médium me permettant de peindre les portraits de cette société complexe et de ses implications sur les modes de vie contemporains. Le jeu réalisé dans le cadre de cette thèse, *L'Envers du Décor*, étudie par sa réalisation et les recherches qui l'accompagnent la *gamification* du monde, en prenant appui sur ses principes et ses ressorts. En les détournant, en se les appropriant, ce sont des enjeux politiques et artistiques qui se manifestent à l'intérieur de ces formes plastiques vidéoludiques. La démarche adoptée est celle d'une poétique dialectique entre l'avancée d'une réflexion théorique sur cette édulcoration du monde, les élans de l'imaginaire et les confrontations sensibles et techniques liées à la réalisation d'un jeu vidéo. C'est donc « l'œuvre en train de se faire »² qui apparaît intercalée entre les interrogations de nature philosophique, sociologique, artistique et politique. Se situant essentiellement dans le domaine du *game design*, ma pratique a largement excédé ce champ, que je redéfinis aujourd'hui dans le cadre de la conception d'un *artgame*. Si mon savoir technique est essentiellement celui de l'art des mécaniques de jeux et de la création de systèmes de *gameplay*, la recherche engagée n'a pas pu se contenir à ce seul domaine et m'a conduite à réaliser le jeu dans son code, autrement dit dans son écriture informatique, et à diriger l'élaboration de l'ensemble de la charte graphique et sonore. Ces différentes techniques ont été nécessaires pour interroger au cœur même de cette matière vidéoludique cet objet curieux et tant convoité par la société contemporaine et ses individus.

Cette recherche s'appuie sur un corpus de textes essentiellement anglo-saxons relevant du domaine des *Game Studies*, champ pluridisciplinaire dont l'orientation privilégiée, ici, est celles des sciences humaines et de l'art. Cependant, ce travail s'inscrit dans une pensée encore émergente s'intéressant à la pratique et à une esthétique du jeu vidéo. Elle est, par exemple, absente de l'important recueil de Petri Lankoski et Staffan Björk, paru cette année en 2015 et intitulé *Game Research Methods*. Les approches méthodologiques qualitatives et quantitatives s'attardent peu sur les créations vidéoludiques artistiques - qui apparaissent néanmoins dans l'ouvrage sous le titre de « *game design* expérimental ». Quelques ouvrages ont vu le jour à ce sujet, notamment *Persuasive Games : the expressive power of videogames* de Ian Bogost, en 2007, ou *Critical Play : radical game design* de Mary Flanagan, en 2009. Plus récemment les ouvrages de Brian Schrank, *Avant-Garde videogames* en 2015, et *Works of Game* de John Sharp, en 2014, font état de nouvelles formes artistiques vidéoludiques et de la construction

² R. PASSERON, *Pour une philosophie de la création*, Paris Klincksieck, 1989, p. 14.

de deux mouvements : l'*Artgame* et le *Game Art*. Pour ce qui concerne l'étude de la *gamification*, cette recherche a pu bénéficier de l'incroyable recueil dirigé par Sébastien Deterding et Stephen P. Walz, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications* qui propose une pluralité d'approches et de considérations de ce mouvement, avec des auteurs de toutes disciplines tels que Jane McGonigal, Nicolas Nova, Jesse Schell, McKenzie Wark, Miguel Sicart ou encore PJ Rey. Ce livre est paru en mars 2015. Enfin, la plupart des auteurs, philosophes, sociologues, artistes-théoriciens qui ont alimenté cette réflexion, tels que Valérie Arrault, Emmanuelle Jacques, Marc Jimenez, ou Paolo Pedercini, s'inscrivent dans l'école de pensée, ou dans une orientation proche, de la sociocritique développée à l'Université Montpellier III en Arts plastiques. En y accueillant ainsi le jeu vidéo comme une pratique plastique contemporaine ne faisant pas, pour autant, toujours « œuvre », cette école nourrit le travail réflexif et pratique de l'ensemble de cette recherche. Son ambition est de participer quotidiennement à la déconstruction des idéologies dominantes qui se nichent à l'intérieur des procédés et des créations artistiques.

De même, concernant le corpus d'œuvres vidéoludiques, cette recherche puise dans l'ensemble des manifestations ludiques : des jeux de sociétés, *serious games*, *Games for Changes*, *newsgames*, *artgames*, *Game Art*, jeux vidéo industriels et indépendants, mais aussi parcs d'attractions. Cette recherche en proposant le concept de « société du jeu total » entend aussi cartographier les formes vidéoludiques, artistiques, à l'époque contemporaine. Cependant il n'est pas question de segmenter ces catégories. Comme il est vu à plusieurs reprises dans ce travail, bien que le mouvement de l'*Artgame* soit celui qui accueille plus volontiers des œuvres critiques et émancipées, il n'est pas question de rendre hermétique cette possibilité aux autres domaines. C'est bien plus dans l'intention de création et dans la pratique du concepteur que se situe ce qui a le potentiel de faire « œuvre », se distinguant ainsi des formes artistiques, déjà complexes, qu'incarnent les jeux vidéo. Ce corpus excède également le seul champ vidéoludique afin de répertorier les différentes productions au sein desquelles la *gamification* apparaît comme un sujet, notamment dans le film de Terry Gilliam *The Zero Theorem* (2014), ou bien le court métrage israélien de Eran mai-Raz et Daniel Lazo, *Sight* (2012). Celles-ci révèlent que la question de la société du jeu total est en germe à l'intérieur des imaginaires.

Pour avancer dans cette interrogation vitale de la modification actuelle du monde à sa rencontre du jeu vidéo, ce sont trois problèmes fondamentaux qui vont diriger la réflexion : la

société du jeu total, la colonisation idéologique des territoires vidéoludiques et enfin l'ouverture des jeux vidéo comme médium artistique émancipateur.

La société du jeu total

Edulcorer le monde par le jeu

Dans un premier temps, il semble nécessaire de déterminer précisément en quoi le 21^e siècle peut être caractérisé comme celui du ludique. De manière sous-jacente, il s'agit de mettre en lumière comment et pourquoi la société contemporaine aspire au jeu. Pour cela, le concept de « Totalité » apparaît comme un outil précieux. Caractéristique de la posture du chercheur, celui-ci a traversé les siècles. C'est chez Hegel et Marcel Mauss que les apports théoriques seront les plus adaptés à cette recherche. L'objectif est alors de considérer le phénomène de la *gamification* dans sa Totalité. En partant de l'analyse du discours représentatif de la conceptrice Jane McGonigal, publié en 2011 sous le titre *Reality Is Broken, Why games make us better and how they can change the world*, le jeu vidéo apparaît comme le nouvel avatar du réenchantement du monde. Il devient à la fois l'image d'un « messie » mais aussi d'un remède qui va « sauver le monde ». Le jeu vidéo apparaît alors comme une réponse, mais à quels problèmes ? L'absence d'identification de ce malaise chez les individus contemporains, permet de voir, dans le texte de Jane McGonigal, les traces du « désenchantement du monde » tel que développé dans la thèse de Max Weber. Ainsi, compte tenu de ce questionnement, n'est-il pas possible de voir dans les jeux vidéo, et en particulier dans la *gamification*, un phénomène venant remplir le creux laissé par la « fin des utopies » et le désinvestissement des aspirations politiques d'une civilisation ? Le développement important des jeux vidéo n'est-il pas plutôt l'expression d'un malaise que l'apport d'une solution magique à ce problème ? Pour engager la réflexion autour de ces questions, il est nécessaire de remonter au fil de l'histoire de la *gamification*. Ce n'est qu'en observant le déroulement de l'adoption du ludique et ses fluctuations, selon les périodes, que ce processus d'édification d'une société du jeu total devient manifeste. La société du jeu total est alors abordée comme un ensemble de poupées russes qu'il va être nécessaire d'ouvrir les unes après les autres pour comprendre la totalité de son fonctionnement. Ainsi discours et histoire ne suffisent pas à analyser en détail la *gamification* : il est aussi nécessaire d'étudier l'intérieur des formes plastiques ludiques de ce mouvement pour comprendre en quoi le jeu aujourd'hui pénètre tous les domaines. Que manifestent ces formes d'un point de vue sociétal

et idéologique une fois contextualisées ? En fil d'Ariane, tout au long de cette première partie, la possibilité de considérer la *gamification* comme un « fait social total » est étudiée : est-il possible d'y voir, comme dans l'étude du don de Marcel Mauss, un phénomène capable de donner l'impulsion nécessaire à la compréhension des mécanismes de l'ensemble de la société et de ses institutions ?

Territoires vidéoludiques

Espaces neutres ?

Les promesses et les effets de la *gamification* sur l'individu contemporain conduisent à soulever un deuxième problème lié à la considération du jeu vidéo comme cette coquille vide, cet espace qui serait « neutre ». La *gamification* conduit à s'interroger sur comment, dans ce contexte sociétal, le jeu vidéo devient un espace de représentation. Plus encore, elle pousse à observer et analyser l'histoire du jeu pour s'interroger sur les relations entre les formes ludiques et le pouvoir dominant. A travers plusieurs exemples, c'est l'instrumentalisation du jeu à des fins politiques et idéologiques qui va permettre de révéler l'ampleur du phénomène vidéoludique et son rôle dans cette entreprise de société du jeu total. Pour cela, l'accent est mis sur le *game design*, c'est-à-dire sur la conception de ces objets numériques. En étudiant comment un jeu vidéo se construit, c'est l'interrelation entre fiction et société qui apparaît. En effet, comment les espaces fictionnels vidéoludiques pénètrent-ils et construisent-ils les imaginaires du présent ? Les méthodes de conception traduisent des idéologies et induisent des créations souvent standardisées qu'il faut remettre en question. C'est par exemple le cas de deux outils de conception répandus. Les *game design patterns* (schémas de conception ludique) proposent des mécaniques de jeu, c'est-à-dire des règles, prêtes à l'emploi qui se répètent de production en production. Ensuite, les boucles de *gameplay* font apparaître un conditionnement behavioriste du joueur, d'ailleurs très exploité dans la *gamification*, proposant un jeu défini selon la norme apparemment immuable de l'OCR : « Objectif – Challenge – Récompense ».

La question de la neutralité de ces « territoires » vidéoludiques pose la question de leur « colonisation » par les idéologies dominantes. Elle nécessite de trouver des outils permettant de les mettre à nu et de chercher un moyen de s'en émanciper. La sociocritique est une méthodologie qui va faire apparaître comment s'immiscent des contenus idéologiques dans

ces formes vidéoludiques. En utilisant les concepts de « sujet culturel » et d'« idéologèmes » proposés par Edmond Cros, et en les adaptant à la déconstruction et à la création de jeu vidéo, il est possible de redéfinir ces objets en tenant compte du sens qu'ils véhiculent à leur insu. Les jeux vidéo peuvent-ils apparaître comme des « textes » dans lesquels les concepteurs laissent échapper quelques traces de l'époque contemporaine ? L'enjeu est alors d'identifier ces traces et de les contrôler, autant qu'il se peut, dans les conceptions vidéoludiques à venir. Pour parfaire ce premier repère posé, il est nécessaire de le conjuguer avec les théories et les concepts de « rhétorique procédurale » du chercheur Ian Bogost et de « *critical play* » de l'artiste-théoricienne Mary Flanagan. Ensemble ces concepts ouvrent la définition communément admise des jeux vidéo pour en faire un objet expressif et signifiant. L'objectif n'est pas de proposer la création d'une recette « prête à l'emploi » de conception de jeu vidéo « émancipé » - ceci serait paradoxal vis-à-vis de la considération que ce travail cherche à répandre de ces objets. L'idée est plutôt de travailler une boussole, servant à se repérer tant dans l'analyse de ces formes artistiques vidéoludiques que dans leur création. Cette boussole est mise à l'épreuve dans le domaine de l'*Artgame* et du *Game Art* qui incarnent, à l'heure actuelle, les champs proprement artistiques du jeu vidéo et recèlent des expérimentations nécessaires à l'ouverture du médium vidéoludique, loin des standards industriels. Ces mouvements, également symptomatiques de l'avènement de la société du jeu total, relèvent aussi d'une tradition historique importante. Ils permettent de terminer l'entreprise de Totalité mise en place dans la partie précédente, en ce qu'ils invitent à parcourir l'histoire de l'art moderne dans ses relations au ludique. Entre revendication et récupération, les formes artistiques proposées par Dada, les Surréalistes, les Situationnistes et Fluxus, semblent alors déjà refléter toute l'ambivalence qui habite le jeu vidéo et la société du jeu total. Propre à toute expression culturelle, les formes vidéoludiques se font à l'intérieur de cette Totalité tantôt l'avocat d'une forme idéologique, tantôt celui d'une forme critique et artistique.

Décolonisation du médium vidéoludique
Des jeux vidéo comme lieux d'expressions utopiques ?

Afin d'appuyer cette redéfinition du jeu vidéo, deux notions sont proposées permettant de soulever ce dernier problème : celle d'« hypermédium » et d'« architecture rhétorique ». En quoi au cœur de cette société du jeu total, le jeu vidéo s'affirme-t-il comme un médium artistique critique de sa propre origine ? En effet, bien que se faisant, elles aussi, les avatars de la *gamification*, certaines des œuvres de l'*Artgame* et du *Game Art* semblent reprendre le

flambeau des utopies émancipatrices artistiques du projet des Avant-garde. Ainsi les jeux vidéo doivent être questionnés dans leurs implications artistiques et politiques. Ils déploient des rhétoriques qui apparaissent sur plusieurs niveaux. Pour les comprendre, c'est sur le statut de « médium » qu'il faut en premier lieu revenir. En quoi les jeux vidéo peuvent-ils être des médiums artistiques ? Et comment considérer ce médium impalpable et dématérialisé ? Compte tenu de la complexité de ces objets, la notion d'hypermédium sera mise à l'épreuve tant pour la mise en place d'une analyse, avec l'exemple du jeu *Unmanned* de La Molleindustria, que pour la conception d'un jeu vidéo dont l'ambition est d'être critique dans l'ensemble des dimensions artistiques qui l'habite. Celui-ci, alors brièvement interrogé, révèle un objet multiple dont les références culturelles et les techniques viennent de tous les horizons.

Contrairement à la théorie de la mort de l'*Artgame*, développée par l'historien de l'art John Sharp, c'est un mouvement de résistance *hacktiviste* qui se manifeste à travers l'utilisation du jeu vidéo comme d'un hypermédium : celui-ci est alors considéré comme un objet artistique complexe et surtout politique. En cela, la dimension émancipatrice de ces objets vidéoludiques mérite d'être réinterrogée. Le concept d'« utopie », mis au contact des jeux vidéo, révèle à la fois les ambitions de la société du jeu total de faire de ces objets technologiques de nouveaux paradis terrestres à l'image des parcs d'attraction, mais aussi le caractère critique et politiquement engagé de certaines œuvres. Alors que l'utopie semble aujourd'hui remplacée par les dystopies post-apocalyptiques inondant le marché du jeu vidéo, ces propositions expérimentales, qui se lovent à l'intérieur de l'*Artgame*, permettent de saisir, questionner et redéfinir les fonctions du jeu, hors des aliénations néolibérales. Décolonisés, ces jeux vidéo soulèvent la possibilité de faire de ces espaces des projets politiques à part entière. En quoi ces espaces rhétoriques apparaissent comme des architectures offrant un refuge, non plus comme dans le cas de la *gamification* pour se protéger et se substituer au réel, mais pour déployer la critique nécessaire à l'émancipation de l'individu contemporain ? L'objectif est alors de travailler ces espaces vidéoludiques, dans leurs représentations, comme des « architectures rhétoriques » dépassant la proposition d'Henry Jenkins, qui les définit comme des « architectures narratives ».

Conception et développement de L'Envers Du Décor

Comme la plupart des jeux vidéo, *L'Envers du Décor* s'inscrit dans une pratique collective. Comme énoncé précédemment, le *game design* et le développement informatique du jeu ont constitué la majeure partie de mon travail. Cependant afin d'enrichir les différentes strates artistiques de la recherche conceptuelle effectuée en parallèle, j'ai également pris part à l'ensemble des domaines de création d'un jeu vidéo afin de maintenir une cohérence d'ensemble sur ce projet. Le travail graphique a été réalisé par les artistes Vincent Aubry, Anthony Simon, Thomas Di Folco et Jason Khoury. J'y ai également pris part à de nombreuses reprises. La conception sonore a, quant à elle, été entièrement réalisée par le concepteur Anthony Vérons. J'ai reçu également l'aide de deux *level designers* et *level artists* pour concevoir et réaliser l'espace du jeu, mettant ainsi mes idées à l'épreuve de la compréhension et des savoir-faire de Mérédith Alfroy et Christophe Remy. L'ampleur du prototype proposé a nécessité ce travail d'équipe, d'entraide et de collaboration. *L'Envers Du Décor*, qui prend ici la forme de ce qui correspond dans l'industrie vidéoludique à un *FPP* (*First Prototype Playable* – Premier Prototype Jouable), pose les fondations d'un jeu qui demande encore de longs mois de production mais aussi de *design*. Il s'agit alors de mettre en lumière l'ensemble de la réflexion théorique avancée tant dans le contenu du jeu, qui traite de la société du jeu total et de son avènement, que dans la forme du projet se faisant l'incarnation de l'hypothèse de travail selon laquelle le jeu vidéo peut être redéfini dans une dimension artistique et politique des utopies des Modernes. Ainsi, c'est un échantillon du premier niveau de jeu qui est conçu conjointement à ce travail, laissant présager encore l'ampleur des recherches qu'il faut mener pour le terminer. La conception de ce niveau touchant à la fois à la dimension narrative, aux mécaniques et systèmes de *gameplay*, à la charte graphique et sonore, à l'organisation de l'espace, aux textes apparaissant dans le jeu, se manifeste sous la forme d'encadrés. Mis ainsi en exergue, ils ne sauraient toutefois véritablement contraindre la théorie et la pratique d'un côté ou de l'autre, preuve de leur nécessaire articulation constante. Cependant ces deux dimensions, inévitablement poreuses, trouvent ainsi une meilleure lisibilité pour faire ressortir les points névralgiques impulsant l'ensemble de la recherche et de l'évolution de la création du jeu.

Partie 1

La société du jeu total

Edulcorer le monde par le jeu

Introduction

Avatars du réenchantement du monde, les jeux vidéo constituent aujourd'hui l'idéal fantasmé d'une solution viable pour une société en crise. La *gamification*, mouvement porteur de cette ambition, promet une vie ludique du réveil au coucher. Progrès, émancipation, productivité, croissance économique, le jeu dans ses formes digitales est utilisé pour édulcorer la vie de l'individu contemporain dans les sociétés occidentales¹. Le jeu prend une dimension nouvelle par l'usage démocratisé des technologies. Face au désenchantement du monde, il apparaît comme un messie, devenant, par là-même, l'une des justifications de l'existence humaine. Cette prolifération ludique porte en elle la redéfinition du rapport au monde. Elle devient un filtre nécessaire pour le regarder, l'apprécier, et pour agir à l'intérieur.

Aussi séduisante que soit cette « société du jeu total », il s'y joue en son cœur de nombreuses tensions, révélatrices des préoccupations sociétales, économiques et politiques actuelles. Pour les comprendre, il faut observer cette *gamification*, cette tendance actuelle qui s'érige comme une science du jeu et qui serait capable de saupoudrer la réalité de ludique. Cette manifestation se traduit dans les discours et dans des phénomènes concrets, épars, tels que des applications, des *serious games* (jeux utiles ou jeux sérieux) ou encore des *Games For Change* (jeux pour le changement sociétal). En les rapprochant, à la lumière des concepts théoriques de « Totalité » de Hegel et de « Fait social total » de Marcel Mauss, la *gamification* offre un regard sur la société contemporaine : chacune de ses formes permet de figer l'instant présent et de traduire les idéologies qui la traversent. Par l'utilisation de cet outil théorique, la Totalité met en place un jeu de gigogne entre les formes, les discours, et les idéologies dont l'objet de cette première partie est de les démystifier.

C'est dans le discours de Jane McGonigal que l'évangélisation de la place du jeu aujourd'hui est le mieux illustrée. *Reality is Broken* est un ouvrage fondateur et influent. Il est aussi révélateur de l'ampleur et de l'aspiration de la *gamification*. Par l'étude de ce texte, c'est la valeur du jeu qui est interrogée. En effet, pourquoi un tel développement du jeu, à cette époque ? Quel est son rôle et en quoi est-il un remède ? A quels maux semble-t-il administrer une solution ? Une attention vigilante doit être portée aussi bien sur les discours que sur les actes, les formes et les pratiques que prend cette « nouvelle » tendance qui se veut anhistorique, innovante, tel un phénomène culturel dont l'origine serait l'avènement des

¹ L'analyse se limitera aux sociétés occidentales mais le jeu détient une place privilégiée au Japon par exemple.

nouvelles technologies et du jeu vidéo. Ce n'est qu'en rapprochant ces différents éléments, et en les resituant dans une tradition historique plus vieille qu'il n'y paraît, qu'émergent les différentes facettes de la « société du jeu total ». Replacé dans une perspective historique, le discours de Jane McGonigal apparaît comme la manifestation d'un mouvement bien plus grand qui se déploie sur les différentes activités quotidiennes de l'individu contemporain. Son envergure est telle qu'il devient nécessaire de retranscrire cette prolifération du jeu utile et, ainsi, de prendre le recul nécessaire pour faire apparaître l'ensemble plus vaste au sein duquel la *gamification*, telle qu'elle se déploie aujourd'hui, a pris forme peu à peu. Quelles idéologies soutiennent et traversent l'esprit de la « société du jeu total » ? Quels discours et conséquences la *gamification* peut-elle avoir sur les modes de relation au travail, à la santé, au corps social, à la culture, en bref sur le rapport au monde de l'individu contemporain ?

Chapitre 1 « *Reality is broken* »

Postmodernisme et désenchantement

1. Le désinvestissement du réel : exode vers les mondes vidéoludiques

Le 21^e siècle connaît un nouvel exode insoupçonné. Les êtres humains quittent le réel pour vivre dans des mondes virtuels. Ce discours, science-fictionnel au premier abord, est celui d'Edward Castronova dans son ouvrage *Exodus to the Virtual World*. Selon l'économiste, ces mondes virtuels, vidéoludiques, sont similaires au célèbre *holodeck*¹ de l'univers de *Star Trek* inventé au début des années 1970. L'*holodeck* est un espace équipé pour générer des environnements holographiques artificiels tantôt dans un but récréatif, tantôt pour des entraînements militaires. Il permet de générer des fictions qui immergent totalement l'utilisateur.

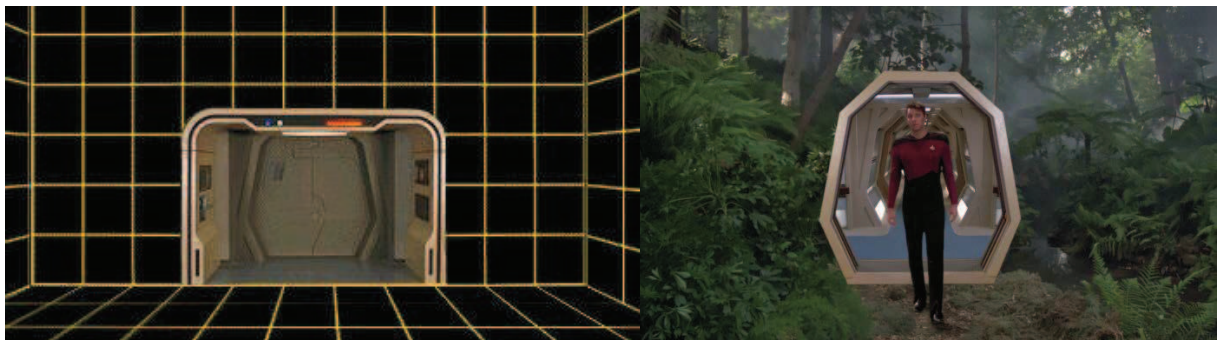


Figure 1.1 Gene Roddenberry, *Star Trek : The Animated Series*, 1974

Ce simulateur de réalité ne cesse d'inspirer les concepteurs de jeux vidéo cherchant à se rapprocher d'une immersion totale du joueur dans un environnement numérique par le moyen de dispositifs technologiques. C'est d'ailleurs dans cette orientation que l'*Oculus Rift*, créé par Palmer Luckey, a vu le jour en 2012. Ce dispositif coupe la vue périphérique du joueur pour concentrer sa vision sur ce qui s'affiche seulement à l'écran (Confer figure 1.2).

¹ La référence à l'*holodeck* de *Star Trek* a déjà été l'objet d'une étude réalisée par Janet Murray, *Hamlet and The Holodeck* (1997) pour interroger les nouveaux modes narratifs induits par les nouvelles technologies.

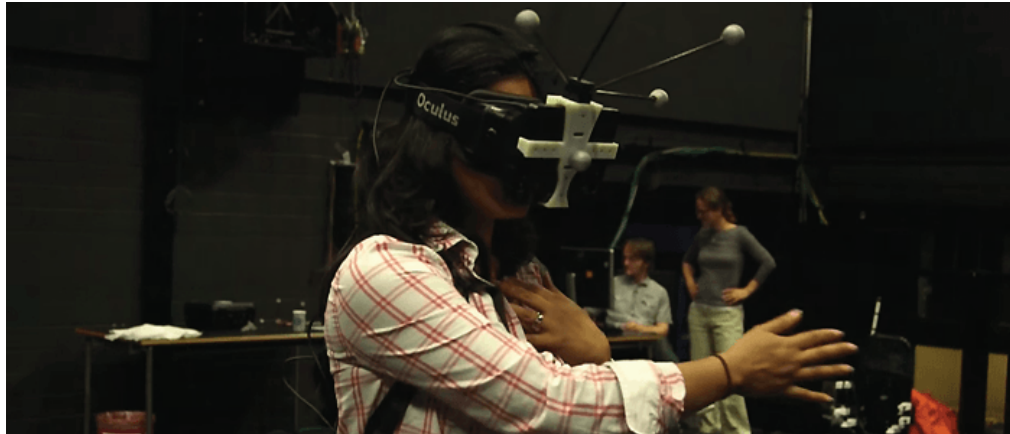


Figure 1.2 Institut de biologie Max Planck, projet VR-Hyperspace, Cologne

L'utilisateur a donc la sensation d'être à l'intérieur du jeu, à l'intérieur du programme. Pour Edward Castronova, avec ou sans dispositif supplémentaire, l'*holodeck* a été concrétisé dans les années 2000 lorsque les technologies de pointe ont réussi à proposer les premiers « mondes » virtuels. L'arrivée de la 3D dans les années 1990 et le développement d'Internet constituent la combinaison qui donnera naissance à deux réalités virtuelles majeures : les *Massively Multiplayer Online Role-Playing Games* (MMORPGs) que sont *Eve Online* (CCP Game, 2003) et *World of Warcraft* (Blizzard Entertainment, Chris Metzen, Robert Pardo, Ayman Adham, 2004). Ainsi un ordinateur et une connexion Internet suffisent pour faire disparaître de la réalité physique l'esprit d'une personne pendant de nombreuses heures et ce quotidiennement. Selon Castronova, une « compétition »² se dessine entre ces deux réalités. Les joueurs font la comparaison entre les mondes virtuels, « synthétiques »³ dans lesquels ils évoluent sans contrainte et prennent du plaisir, et le monde réel, un monde « sans filtre »⁴, qui peut être « terriblement vide »⁵ et méprisable. Dans ce concours, les mondes virtuels prennent de plus en plus l'avantage.

*[...] more and more people will want to spend time in virtual reality. Will that be technically possible? Sure. It doesn't take much to support a human body at a level sufficient to allow the mind to live synthetically. A room, a bed, a computer, Internet, some food, a toilet. You don't even need an exercise machine. You can already play video games like Dance Dance Revolution to keep your body in shape.*⁶

² E. CASTRONOVA, *Exodus to the Virtual World : how online fun is changing reality*, New-York, PALGRAVE MACMILLAN, 2007, p. 69.

³ *Ibidem.* p. 35.

⁴ *Ibid.* p. 30.

⁵ *Ibid.* p. 69.

⁶ *Ibid.*, p. 14.

Le nombre de joueurs de jeux vidéo dans le monde atteint des records. Plus de la moitié de la population américaine joue aux jeux vidéo et on compte plus de cent millions de joueurs en Europe. Tous ces humains se « déconnectent » du réel plusieurs heures par jour. Ces quelques heures de « vacances » quotidiennes à l'échelle d'un joueur s'élèvent en moyenne à deux heures de jeu par jour, treize heures par semaine. A échelle mondiale, ce sont trois milliards d'heures par semaine où s'absentent de la Terre un milliard sept cent soixante-quinze millions d'individus⁷. Cette fuite du monde physique dans les fictions vidéoludiques, plus que dans toutes les autres formes de fiction, donne à penser le jeu vidéo comme une terre promise qui aurait à offrir tout ce que les hommes peuvent désirer et imaginer. Un fantasme démiurgique se réalise dans ces nouvelles contrées technologiques, où les hommes peuvent enfin construire des univers à leurs images, mettant en scène leurs aspirations, dans lesquels ils peuvent vivre.

[...] pour créer ces effets d'immersion, les systèmes de réalité virtuelle dépassent de très loin tout ce que l'humanité a connu à ce jour. A travers l'interactivité simulée des systèmes de réalité virtuelle, le sujet réel est appelé à devenir lui-même un élément causal à l'intérieur du monde fictionnel : le monde virtuel qui s'offre à lui change en accord avec la direction qu'il imprime à son regard réel ; il peut intervenir lui-même dans l'univers imaginaire, et ce grâce à des membres virtuels qui prolongent (ou représentent) ses membres réels et dépendent causalement d'eux.⁸

La concrétisation de ce fantasme dans le domaine vidéoludique n'est que l'illustration d'un moyen technologique parmi d'autres pour y parvenir. Ce combat pour se rendre maître et possesseur de l'espace se déploie dans une dimension où le réel est abandonné. Ce désinvestissement massif se concrétise face à un monde, qualifié d'insipide, qui ne peut plus rivaliser contre ces univers virtuels créés de toutes pièces. Ces espaces à la physique imaginée, aux lois modifiées, aux conséquences concrètes effacées, promettent un monde libre où il est possible d'expérimenter sans conscience morale et d'être absous des contraintes

[Traduction] [...] de plus en plus de monde voudra passer du temps dans la réalité virtuelle. Est-ce que ce sera techniquement possible ? Bien sûr. Il n'en faut pas beaucoup pour maintenir le corps humain à un niveau suffisant pour permettre à l'esprit de vivre de manière synthétique. Une chambre, un lit, un ordinateur, Internet, de la nourriture, des toilettes. On n'a même pas besoin d'un appareil pour faire du sport. On peut déjà jouer à des jeux vidéo comme DDR pour maintenir son corps en bonne forme.

⁷ Etude sur « Le nombre de joueurs dans le monde en 2014 par région », de Newzoo et GlobalCollect disponible sur le site Statista (consulté le 28.04.15) à l'url suivant <http://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/>.

⁸ J-M. SCHAEFFER, *Pourquoi la fiction ?* Paris, Seuil, 1999, pp. 312-313.

Dans *Pourquoi la fiction ?*, Jean-Marie Schaeffer aborde la question de l'inquiétude d'une possible immersion totale causée par les fictions numériques. S'il ne fait pas de doute que les fictions prénumériques ne sont pas différentes sur l'exacerbation de l'immersion que les numériques, aucune d'elles ne conduit à un phénomène d'irréalisation. L'auteur s'accorde cependant sur la puissance des dispositifs complexes de réalités virtuelles, inégalés dans la création des effets d'immersion.

du corps et de la matière. Afin de gagner ce concours et de se mettre au même niveau que ces mondes synthétiques conçus pour donner du plaisir⁹, pour beaucoup de penseurs, le monde réel va devoir changer et s'améliorer.

2. Le désenchantement du monde

S'inscrivant dans la suite du projet d'Edward Castronova, Jane McGonigal, *game designer*, docteur en philosophie spécialisée en *performance studies*, a consacré son livre *Reality is broken, Why games make us better and How they can change the world*, à l'élaboration de solutions contre cet exode. A la différence d'Edward Castronova, l'auteur remarque que les joueurs de jeux vidéo ne rejettent pas totalement la réalité. Certaines activités les retiennent encore ici-bas.

*These gamers aren't rejecting reality entirely. They have jobs, goals, schoolwork, families, commitments, and real lives that they care about. But as they devote more and more of their free time to game worlds, the real world increasingly feels like it's missing something.*¹⁰

C'est donc ce *something*, ce quelque chose manquant que Jane McGonigal va tenter d'identifier et de produire. Pour cela, l'auteur met en lumière les différents problèmes de la réalité. Celle-ci ne connaît plus de ressorts motivationnels pour ses habitants. Elle est qualifiée de déprimante, sans optimisme. Elle ne donne rien pour se réjouir. Elle est désorganisée, improductive, sans espoir, et isole les individus les uns des autres. Le réel, tel qu'il est décrit, est ingrat, incapable de donner des récompenses ou des défis à la hauteur des ambitions des individus contemporains, ou des objectifs capables de les guider. Il enferme dans une boucle défaillante, faite soit de frustration, soit d'incompréhension, soit d'ennui. Sans autre forme de

⁹ E. CASTRONOVA, *opere citato.*, p. 109: « *Game design seeks to make people happy through institution of fun* ». Pour Edward Castronova, le *fun* est la clé du bonheur. De nombreux manuels de *game design*, tels que *Theory of Fun for game design* de Ralph Koster ou *Concevoir un jeu vidéo* de Marc Albinet s'accordent sur le rôle fondamental de cette notion de *fun* sans jamais parvenir à en capter l'essence. La question du *fun*, de sa définition et de son rôle dans la conception d'un jeu vidéo et du projet proposé, sera réévaluée dans le chapitre 2 (cf. p. 81).

¹⁰ J. MCGONIGAL, *Reality Is Broken, Why games make us better and how they can change the world*, New-York, Pinguin Books, 2011, p. 2.

[Traduction] Ces joueurs ne rejettent pas complètement la réalité. Ils ont un travail, des objectifs, des devoirs scolaires, une famille, des engagements, des vies réelles auxquelles ils tiennent. Mais étant donné qu'ils consacrent de plus en plus de leur temps libre aux mondes ludiques, on a de plus en plus l'impression que le monde réel manque de quelque chose.

procès, Jane McGonigal décrit une réalité qui n'a rien à apporter et surtout qui est incapable de produire une vision de l'avenir, comme figée dans un temps présent.

FIX #2 : EMOTIONAL ACTIVATION

Compared with games, reality is depressing. Games focus our energy, with relentless optimism, on something we're good at and enjoy.

We are finally perfectly poised to harness the potential of games to make us happy and improve our everyday quality of life.¹¹

FIX #3 : MORE SATISFYING WORK

Compared with games, reality is unproductive. Games give us clearer missions and more satisfying, hands-on work.¹²

FIX #14 : MASSIVELY MULTIPLAYER FORESIGHT

Reality is stuck in the present. Games help us imagine and invent the future together.¹³

Le portrait dressé est pessimiste. L'expression utilisée, « *Reality is broken* », vient appuyer cette analyse. Elle peut être interprétée de deux manières qui permettent de faire ressortir les tenants du discours de Jane McGonigal. L'expression « *Reality is broken* » est à la fois l'expression d'un désenchantement, que l'on pourrait traduire par « le charme est rompu », et l'idée d'une réalité qui est malade.

¹¹ *Ibid.* p. 38.

[Traduction] SOLUTION#2 ACTIVATION EMOTIONNELLE

Comparée aux jeux, la réalité est déprimante. Les jeux concentrent notre énergie avec un optimisme sans faille, sur quelque chose pour lequel on est doué et que l'on apprécie. Nous sommes finalement prêts à exploiter le potentiel qu'ont les jeux à nous rendre heureux et à améliorer la qualité de notre vie quotidienne.

¹² *Ibid.* p. 55.

[Traduction] SOLUTION#3 DU TRAVAIL PLUS SATISFAISANT

Comparée aux jeux, la réalité n'est pas productive. Les jeux nous donnent des missions plus claires et un travail pratique plus satisfaisant.

¹³ *Ibid.* p. 332.

[Traduction] SOLUTION #14 : UN AVENIR MASSIVEMENT MULTIJOUEUR

La réalité est embourbée dans le présent. Les jeux nous aident à imaginer et inventer l'avenir ensemble.

2.1 *The Charm is broken* (Le Charme est rompu)

Sans faire référence aux penseurs du désenchantement du monde, le portrait de la réalité dressé par Jane McGonigal est, à bien des égards, celui du processus déjà décrit par Max Weber. Ce processus, universel, possède trois points caractéristiques : le développement de l'« âme »¹⁴ du capitaliste, la disparition des pratiques magiques comme technique du salut et l'avancée de la rationalité technique.

Dans *L'Ethique protestante et l'esprit du capitalisme*, Max Weber analyse l'avancée économique que connaît Genève au 17^e siècle. Les relations entre protestantisme et capitalisme vont favoriser la modification de la tradition religieuse en une théorie du profit. Cet *ethos* enseigné par la Réforme protestante, Weber le compare, non plus, à des vertus religieuses, mais à un « sens des affaires » mettant en scène l'esprit du capitalisme moderne : utilitarisme et travail. Cette forme d'ascèse religieuse crée un individu dévoué à sa tâche et détaché du monde dont la maximisation de son travail est prédominante. Selon Weber, le développement du capitalisme trouve dans « la disposition de l'esprit bourgeois l'énergie adéquate pour se développer »¹⁵.

Ce recul de la religion au profit de l'économie traduit une modification profonde du « mode constitutif d'appréhension du réel »¹⁶. Les individus passent de la religion comme système de sens et de destinée humaine à un modèle économique, matérialiste. Le caractère magique et sacré diminue au profit du profane dans les sociétés modernes, entraînant par là le développement de l'individualisme et l'isolement.

Les religions ne relient plus, selon l'étymologie inlassablement invoquée pour les justifier (et d'ailleurs fausse). Ce n'est plus par elle que passe le lien, ce sont d'autres instances qui s'en chargent.¹⁷

Si l'on s'appuie sur le constat dressé par Jane McGonigal, ces autres instances échouent visiblement à substituer les prédicateurs de destinée. Ces instances sont celles de la rationalisation technique et scientifique dans laquelle s'intègre l'économie. Cette rationalisation connaît une évolution tout au long de l'histoire. S'incarnant dans la figure de

¹⁴ J-P. GROSSEIN, « Présentation », in Max WEBER, *Sociologie des religions*, Paris, Gallimard, 1996, p. 78.

¹⁵ J-P. GROSSEIN, *op. cit.*, p. 58.

¹⁶ M. GAUCHET, *Le désenchantement du monde, Une histoire politique de la religion*, Paris, Gallimard, 1985, p. 396.

¹⁷ M. GAUCHET, *Un monde désenchanté??*, Paris, Pocket, 2007, p. 24.

Socrate, « le héraut de la science¹⁸ », elle prendra un tournant décisif au 18^e siècle, à l'époque des Lumières, où après une longue tradition philosophique critique, le philosophe l'emporte enfin sur le théologien. Le déclin de la religion ouvre un champ de questions philosophiques. Déjà anticipées à la Renaissance par des penseurs « hérétiques » tel que Giordano Bruno, ces questions portent sur la place de l'homme dans le monde, la prédominance du modèle anthropologique et le renouveau de l'échelle des valeurs qui vient remplacer le modèle religieux de la Trinité en Occident. Sans gardien moral divin, sans place privilégiée dans l'univers, sans fin scientifique non plus, l'homme est livré à lui-même. La boussole du destin semble effectivement cassée. Les élans utopiques s'essoufflent pour ne plus laisser apparaître que ce qui semble être un réel et un présent hostiles.

Face à un monde dont ils ne voient plus où il mène, les hommes sont pris dans une spirale d'incrédulité et de scepticisme avancée. Les Eglises n'ont plus la capacité de régler les croyances et les pratiques communes. La gestion du social et de l'économie a remplacé l'utopie ; plus personne n'appelle de ses vœux le communisme, mais le capitalisme globalisé s'accompagne d'insécurité et d'anxiété.¹⁹

Le processus de désenchantement du monde décrit un changement progressif qui implique la perte du sacré mais aussi une perte de sens pour l'individu confronté à une réalité dénuée de croyance et de communauté. « Les anciens dieux vieillissent ou meurent, et d'autres ne sont pas nés »²⁰. Le système d'interprétation hyperrationnel ne permet pas la création de nouveaux dieux. Il semble s'être immiscé dans tous les anciens espaces et interstices qui accueillaient la pensée croyante et superstitieuse, imaginaire et utopique, car ce qui compte aujourd'hui c'est le profit, l'optimisation, la maximisation et pour sous-tendre ces objectifs : le calcul et la mesure. Ce primat de la rationalité comme principe ontologique fondamental n'est plus lui-même source d'utopie, en tout cas pas sous cette forme.

En réaction à cette sortie majoritaire du religieux, Marcel Gauchet, analyse dans son texte *Un Monde Désenchanté ?*, une réactivation des croyances fondamentalistes. Il faut bien se garder de confondre cette apparente montée du religieux avec sa possible restauration dans l'état actuel du monde contemporain. En effet selon le théologien et philosophe, les réactions

¹⁸ F. NIETZSCHE, *La Naissance de la Tragédie, Textes divers*, "Socrate et la Tragédie", Paris, Gallimard, 1977, p. 284 : « En Socrate s'est incarné un aspect de l'élément hellénique, la clarté apollinienne, sans aucun apport étranger, il est comme un rayon diaphane de lumière l'annonciateur et le héraut de la science qui devait naître en Grèce ».

¹⁹ G. LIPOVETSKY, J. SERROY, *La Culture-Monde, Réponse à une société désorientée*, Paris, Odile Jacob, 2008, p. 22.

²⁰ E. DURKHEIM, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, PUF, 2003, pp. 610-611.

fondamentalistes, tant islamiste qu'américaine, ne sont pas la manifestation d'une réorganisation du monde selon la religion²¹ mais le témoin du recul des pratiques sacrées et de sa cohabitation au sein d'une société matérialiste sous la forme de bannière spirituelle individualiste²².

Les réactions fondamentalistes sont des réponses à la dislocation de la société religieuse produite par la pénétration de la modernité, qui dans leurs efforts pour en reconstruire la figure, incorporent malgré elles les principes et les valeurs contre lesquels elles se soulèvent.²³

Cette incorporation paradoxale permet de mettre en lumière la proposition de Jane McGonigal. Celle-ci pourrait bien s'inscrire à cette jonction, entre la volonté de réactiver une dimension sacrée dans le réel, et la perpétuation de valeurs capitalistes. Pour Edward Castronova, la dimension de l'enchantement, des traditions, des mythes, du mysticisme, de la foi a certainement disparu du monde réel mais elle se trouve réinvestie dans les mondes virtuels. Cette contribution devrait être réinjectée dans le monde réel sous la forme d'un monomythe globalisé²⁴ pour la culture humaine entière. « *A fun social order needs a religion. At the same time, since the religion can exclude no one, it must permit citizens to stand in permanent opposition to the lore and yet still belong* »²⁵. L'économiste préconise de ranimer la fonction des mythes et des contes de fée pour faire du fantastique « l'élément signifiant essentiel »²⁶ à partir duquel il est possible de réinvestir le réel et de conduire la morale des hommes après « la mort de Dieu ». La vie ainsi réformée redeviendrait noble et simple, mettant en scène un monde souhaité manichéen²⁷, où le bien et le mal sont des notions claires et familières, ne laissant pas de place au doute. C'est sur ce terreau thaumaturgique que naissent les propositions de Jane McGonigal, comme il est aussi visible, plus loin, dans l'analyse des solutions mises en œuvre. Avant cela, la deuxième figure qui apparaît derrière

²¹ M. GAUCHET, *op. cit.*, p. 14.

²² *Ibid.* p. 23.

²³ *Ibid.* pp. 12-13.

²⁴ Edward Castronova fait ici référence à la théorie du monomythe de Josef Campbell développée dans *Le héros aux mille et un visages* selon laquelle tous les mythes découlent de la même structure universelle. Notons cependant qu'à la différence de Castronova, Campbell précise que ces mythes ne peuvent faire l'objet d'une création, ils sont l'expression de notre psyché.

²⁵ E. CASTRONOVA, *op. cit.*, p. 166.

[Traduction] Un ordre social ludique a besoin d'une religion. Parallèlement, puisque la religion ne peut exclure personne, elle doit permettre aux citoyens de se tenir en opposition permanente vis-à-vis de la tradition tout en s'en réclamant.

²⁶ *Ibid.* p. 202.

²⁷ *Ibid.* p. 204.

l'expression "*Reality is broken*" mérite aussi d'être analysée afin de bien comprendre ce point de vue.

2.2 La réalité est malade

Le point de départ de Jane McGonigal, « *Reality is broken* » peut aussi renvoyer à l'idée d'une souffrance émotionnelle capable de modifier fondamentalement la nature d'un état. C'est ici le « mythe d'une société malade »²⁸ tel que Jean Baudrillard l'analyse dans *La Société de Consommation* qui se dissimule derrière le discours de la conceptrice de jeu vidéo positionnée en « *medecine-woman* »²⁹. En effet, selon le philosophe, l'un des traits caractéristiques de la société de consommation est l'idéologie d'une société qui soigne l'individu contemporain virtuellement malade. A l'intérieur de cette société « malade », plusieurs acteurs – architectes, publicitaires, urbanistes, designers – endossent le rôle de « thérapeutes » ou de « missionnaires » en quête du bien-être de leurs patients-consommateurs. La particularité de ce mythe est d'éluder la complexité de la situation dans laquelle se trouve plongé le corps social mais aussi d'entretenir l'image d'un remède-miracle capable de le guérir.

Les professionnels, en général, tendent plutôt à entretenir le mythe de la Société Malade non pas tellement organiquement (dans ce cas, c'est incurable) que fonctionnellement, au niveau de ses échanges et du métabolisme. D'où leur optimisme dynamique : il suffit pour la guérir de rétablir la fonctionnalité des échanges, d'accélérer le métabolisme (c'est-à-dire encore une fois injecter de la communication, de la relation, du contact, de l'équilibre humain, de la chaleur, de l'efficacité et du sourire contrôlé).³⁰

Cette simplification de la situation socio-politique et l'« optimisme » mis en scène dans la société thérapeutique sont présents dans le discours de Jane McGonigal. Pour bien le comprendre il est primordial de s'arrêter un instant sur l'emploi du terme privilégié de « réalité ». En de rares occasions interchangeable avec celui de monde ou de société, l'emploi répétitif du mot « réalité » ne permet pas d'analyser les causes politiques et socio-économiques qui auraient pu conduire à cet état précis du réel. Ce parti pris peut révéler une stratégie consistant à taire les origines du problème pour se concentrer sur les solutions, inscrivant également le texte dans un registre politiquement correct et potentiellement en

²⁸ J. BAUDRILLARD, *La Société de Consommation*, Paris, Denoël, 1970, p.2 66.

²⁹ Jean Baudrillard parle de « *medecine-men* », *Ibid.* p. 266.

³⁰ *Ibid.* p. 267.

accord avec le régime politique néolibéral. Il évacue ainsi la complexité du réel. Ce discours manifeste malgré lui une forme de réalisme naïf dans lequel la réalité a toujours été inadaptée aux humains³¹, et est perçue telle qu'elle existe – en oubliant ainsi les réseaux de signification, d'interprétation, de structure et de concept par lesquels il est possible de l'appréhender et qui jouent un rôle dans le processus de désenchantement du monde comme le suggère l'analyse précédente. Cette omission, volontaire ou non, laisse apparaître le caractère postmoderne de la proposition de l'auteure. En effet, l'enfermement dans le système de représentation néolibéral du texte de Jane McGonigal traduit la tendance actuelle nominaliste que Fredric Jameson attribue à la « dominance culturelle » du postmodernisme³². La « réalité » n'est plus pensée qu'au travers d'un système de représentation, faisant de ce système l'unique dimension réelle. Le caractère premier du système est oublié. Il n'est plus pensé comme un outil mais comme quelque chose de naturel.

Le postmodernisme est donc ce que vous obtenez quand le processus de modernisation est achevé et que la nature s'en est allée pour de bon. C'est un monde plus pleinement humain que l'ancien, mais un monde dans lequel la « culture » est devenue une véritable « seconde nature ».³³

Ce que propose Jane McGonigal ce n'est pas une nouvelle réalité, ce n'est pas un nouveau système d'interprétation qui viendrait remplacer celui de l'*homo oeconomicus*³⁴, c'est bien plutôt de recouvrir la soi-disant croûte terrestre néolibérale par des représentations qui la rendent plus efficace pour les hommes. Cette augmentation du réel est ce qu'elle nomme « l'*Ubicomp world* » dans un article antérieur – un monde augmenté de technologie ubiquitaire qui serait capable de le transformer en un « village enchanté »³⁵. Celui-ci prend la forme d'un « optimisme flexible »³⁶ qu'il est urgent de répandre sur le monde. Jane McGonigal propose donc de soigner la réalité à l'aide de « fixes », terme jouant lui aussi sur une ambivalence pouvant à la fois signifier la réparation ou la procuration d'un soin. Ce sont

³¹ J. MCGONIGAL, *Ibid.* p. 6 : « *Make no mistake : we are no different from the ancient Lydians. Today, many of us are suffering from a vast and primal hunger* ».

³² F. JAMESON, *Le Postmodernisme, ou la logique du capitalisme tardif*, Paris, Ecole Nationale supérieure des beaux-arts, 2007, p. 36.

³³ *Ibid.*, pp. 16-17.

³⁴ *Ibid.* p. 376. Fredric Jameson cite la formule empruntée à Gary Becker, *Human Capital*, Chicago, University of Chicago Press, 1993.

³⁵ J. MCGONIGAL, « Ubiquitous Gaming, A vision for the future of enchanted spaces » in F. VON BORRIES, S. P. WALZ, M. BÖTTGER, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level*, Berlin, Birkhäuser Verlag AG, 2007, p. 235.

³⁶ J. MCGONIGAL, *Reality is broken, op. cit.*, p. 68.

donc ces « *fixes* », ces solutions, qui vont à présent être observées pour voir en quoi elles sont supposées rééquilibrer le fonctionnement de la réalité.

3. Le jeu comme nouveau candidat au réenchantement du monde

3.1 L'Ubicomp World

Jane McGonigal ne cherche pas à faire des jeux vidéo classiques. Sa position de conceptrice et sa recherche théorique l'envoient sur un terrain plus hybride sur lequel se rencontre la technologie et le réel. Ainsi réinvestir le monde réel et lui redonner son attrait passe nécessairement par un réenchantement technologique du monde. Jane McGonigal en proposant son concept d'*Ubicomp World* fait référence à l'informatique ubiquitaire de Mark Weiser, ancien chef scientifique du Xerox Parc.

L'ordinateur ubiquitaire permet à l'homme d'interagir avec un monde physique augmenté, par le biais de la parole, des gestes et de l'utilisation d'outils d'écritures ou de reconnaissance vocale. L'objectif est que les composantes numériques deviennent invisibles et donc neutres dans l'action humaine sur l'ordinateur afin de pouvoir s'insérer dans toutes les dimensions de la vie quotidienne, de la manipulation d'objets aux déplacements dans l'espace.³⁷

Comme le décrit Emmanuelle Jacques, Maître de Conférences en Arts Plastiques à l'Université Montpellier 3, dans son étude sur les nouveaux usages des interfaces gestuelles, *Le Plaisir de jouer ensemble*, pour Weiser, l'utilisateur doit avoir accès à différentes informations depuis un environnement augmenté par des technologies numériques. L'ordinateur devient miniature voire invisible et s'incorpore dans des objets physiques de notre quotidien. La technologie n'est plus placée dans un lieu dédié comme le bureau ou l'ordinateur, mais déplacée et dissimulée dans le milieu « naturel » de l'homme. C'est la même dimension qui est développée chez Donald Norman, dans son livre *The Invisible Computer* dont l'objectif est de cacher l'ordinateur et la technologie pour qu'ils disparaissent de nos consciences et permettent à l'individu contemporain de se concentrer sur son travail³⁸. Dans cette dimension émergente de l'informatique ubiquitaire, Jane McGonigal se rattache à

³⁷ E. JACQUES, *Le Plaisir de jouer ensemble, joueurs casuels et interfaces gestuelles de la Wii*, Paris, L'Harmattan, 2011, p. 18.

³⁸ D. A. NORMAN, *The Invisible Computer*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 1998, pp. vii-ix.

une vision particulière, celle des *Alternate Reality Games* (ou ARG, Jeux en réalité alternée), qu'elle qualifie de « *antiescapist game* » (des jeux anti-échappatoires). Les ARGs sont des jeux qui se déroulent à la fois dans la vie réelle, le monde apparaît comme un terrain de jeu, augmenté de média, et à la fois dans une vie fictionnelle où le joueur peut incarner un héros et vivre des aventures hors du commun depuis leur quotidien. Les ARGs sont très souvent des projets de *marketing* viral pour des produits culturels comme des jeux vidéo ou des films qui ont pour cible des communautés de *fans*. Un des exemples connus est le projet *I Love Bees* (J'aime les Abeilles), créé en 2004, par la société *42 Entertainment*, pour la sortie du jeu vidéo *Halo 2*, d'ailleurs cité en guise de référence par Jane McGonigal.



Figure 1.3 Bungie game, *Halo 2*, 2004 - Figure 1.4. 42 Entertainment, *I Love Bees*, 2004

Dans cet ARG, l'intrigue est lancée à l'aide d'indices dissimulés dans le monde réel : des pots de miel, contenant les lettres I L O V E B E E S, sont envoyés par courrier à des fans qui vont démarrer la quête³⁹. Une fois la phrase découverte, *I Love Bees* conduit sur un site web, d'apparence amateur, sur les abeilles, qui contient un compte à rebours. Au même moment *Bungie Studio* diffuse le premier *trailer* de *Halo 2*, contenant une référence explicite à la phrase « I Love Bees ». S'ensuit tout un jeu d'énigmes conduisant le joueur à vivre une aventure intense, mêlée de conspiration militaire et technologique. La conclusion de cet ARG offre au joueur la possibilité de pouvoir jouer à *Halo 2* en exclusivité dans une salle de cinéma lors d'un événement dédié aux fans, et à la promotion du jeu. Les ARGs inspirent le travail de Jane McGonigal pour façonner le quotidien de manière à ce qu'il soit vécu plus intensément afin de happer le joueur au cœur d'une expérience immersive à l'image des *blockbusters* hollywoodiens.

³⁹ Le démarrage de la quête est nommé dans le cadre des ARGs, des « *rabbit holes* », autrement dit des terriers de lapins en référence au terrier dans lequel tombe Alice dans l'œuvre de Lewis Carroll *Alice in Wonderland*. Cette chute va être le déclencheur de l'aventure et la quête d'Alice. Cette référence a intégré la culture populaire *geek* notamment par son adaptation symbolique dans le film *Matrix* des frères Wachowski diffusé en 1999.

Idéation 1/2 : une société ludique

L'*Ubicomp World* de Jane McGonigal pose le décor d'un univers enchanteur, augmenté de ludique et de technologie. Cet univers témoigne d'une volonté de réenchanter le monde à l'aide du jeu vidéo. Ce projet urbain et social me confronte à un premier choix quant au matériau à partir duquel je vais travailler. L'ARG se définit avec de nombreux outils communs au *game design*. Il s'inscrit dans la même discipline, implique des médias numériques mais aussi plus matériels et concrets tels que des objets dissimulés dans des lieux réels, des événements à organiser, des indices tangibles à créer. Partir sur la dimension d'un ARG comme cœur fondamental de mon projet revient à répondre à l'appel de Jane McGonigal : « *What would real life be like if game designers applied the ubiquitous computing vision of secret affordances to everyday objects, places and sites?* »⁴⁰. L'intention qui anime ce projet est à la fois celle d'une représentation et celle d'une étude de l'utilisation du jeu et du jeu vidéo, dans le domaine du quotidien. Autrement dit, ma volonté est de comprendre, et de donner à comprendre par ma conception, les tenants et les aboutissants d'un monde ludique tel que proposé par Jane McGonigal – et d'autres concepteurs comme il est vu par la suite. Cette volonté de « représenter », autrement dit de s'inscrire dans un acte de *mimésis*, me paraît être un choix primordial pour ne pas perpétuer cette idéologie du réenchantement par le jeu. En effet, en prenant directement le réel comme matériau, la distance entre l'objet d'étude et le chercheur, entre le quotidien et le jeu, entre la fiction et le joueur s'en trouve gommée, risquant ainsi d'entretenir l'idéologie de l'*Ubicomp World* au lieu de l'analyser.

L'idée la plus adaptée pour représenter l'*Ubicomp World* est de partir de la formule d'Edward Castronova, celle de « monde synthétique », en reprenant deux caractéristiques essentielles de l'exode virtuel à l'image des MMORPGs. La 3D s'est très vite imposée comme une nécessité permettant la mise en scène d'un espace dans lequel le joueur peut se déplacer, en imitant les rues et les allées d'une ville « enchantée ». La diffusion sur Internet du projet serait un atout considérable concernant son accessibilité, non dans l'idée d'en faire un jeu tout public, mais plutôt dans l'idée de le rendre viral. La dimension numérique, jouable sur ordinateur, donne à mon projet les allures d'un espace virtuel offrant les possibilités d'une fuite du réel. Pourtant, en son cœur, ce sont ces mêmes séductions du ludique qui y seront

⁴⁰ J. MCGONIGAL, « Ubiquitous Gaming, A vision for the future of enchanted spaces », in F. VON BORRIES, S. P. WALZ, M. BÖTTGER, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level*, Berlin, Birkhäuser Verlag AG, p. 236.

[Traduction] A quoi ressemblerait la vie réelle si des concepteurs de jeux vidéo appliquaient la recherche des affordances de l'informatique ubiquitaire, à tous les objets, les lieux et les endroits du quotidien.

dévoilées, en diffusant l'idée de la nécessité d'un retour au réel. Il s'agit donc, dans un premier temps, de déguiser mon projet.

Pour donner des allures de « terre promise » à mon jeu intitulé *L'Envers du Décor*, il me faut trouver des univers référents à partir desquels travailler. Les fêtes foraines, les parcs à thèmes et les villes contemporaines ludiques telles que Las Vegas et Dubaï ont toutes pour point commun la volonté de faire référence aux paradis terrestres. L'exposition *Dreamlands*, organisée au centre Pompidou en 2010, permet de faire le lien entre ces différents sites. Elle montre la porosité entre les mondes, eux aussi, synthétiques des parcs à thèmes et l'urbanisme de certaines villes contemporaines. Les fêtes foraines, les foires, les expositions universelles disséminent formes, couleurs et valeurs dans le paysage urbain des villes contemporaines. En mettant en parallèle cette exposition et les propositions d'Edward Castronova et de Jane McGonigal, les jeux vidéo s'ajoutent comme de nouveaux mondes synthétiques qui à leur tour imprègnent, ou sont sur le point d'imprégner, les villes contemporaines. Ces différents lieux réels ou virtuels ont pour point commun le même procédé de narration environnementale.

Selon Célia Pearce, chercheuse et *game designer*, la narration environnementale est un procédé ancien⁴¹. On le retrouve en Mésopotamie et en Egypte dans d'anciennes tombes, dans les cathédrales Européennes⁴², mais aussi dans les parcs à thèmes et les jeux vidéo. La narration environnementale plonge le visiteur dans un lieu qui tient un discours sur son histoire. Par cette immersion piétonne, le visiteur a accès au vécu du site, mais aussi au récit qui y est mis en scène par l'agencement architectural, les ornements, les matériaux utilisés, les pièces d'art disposées. Les cathédrales sont un bon exemple du déploiement d'un récit idéologique biblique en ayant recours à l'espace⁴³.

⁴¹ C. PEARCE, « Narrative Environments. From Disneyland to World Of Warcraft », in F. VON BORRIES, S. P. WALZ, M. BÖTTGER, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level*, p. 200.

⁴² R. RECHT, *Le Croire et le Voir. L'art des cathédrales (XIIe – XVe siècle)*, Paris, Gallimard, 1999, pp. 296-297. Selon Roland Recht, les cathédrales jouent le rôle de « Bible des illettrés » dont les façades sont comme un théâtre de la mémoire. L'image et le lieu délivrent un récit mémorial qui permet de ne pas oublier les saintes Ecritures qui sont représentées.

⁴³ F. THENARD-DUVIVIER, *Images Sculptées au seuil des cathédrales : les portails de Rouen, Lyon et Avignon (XIIIe – XIVe siècles)*, Mont-Saint-Aignan, PURH, 2012, p. 299.

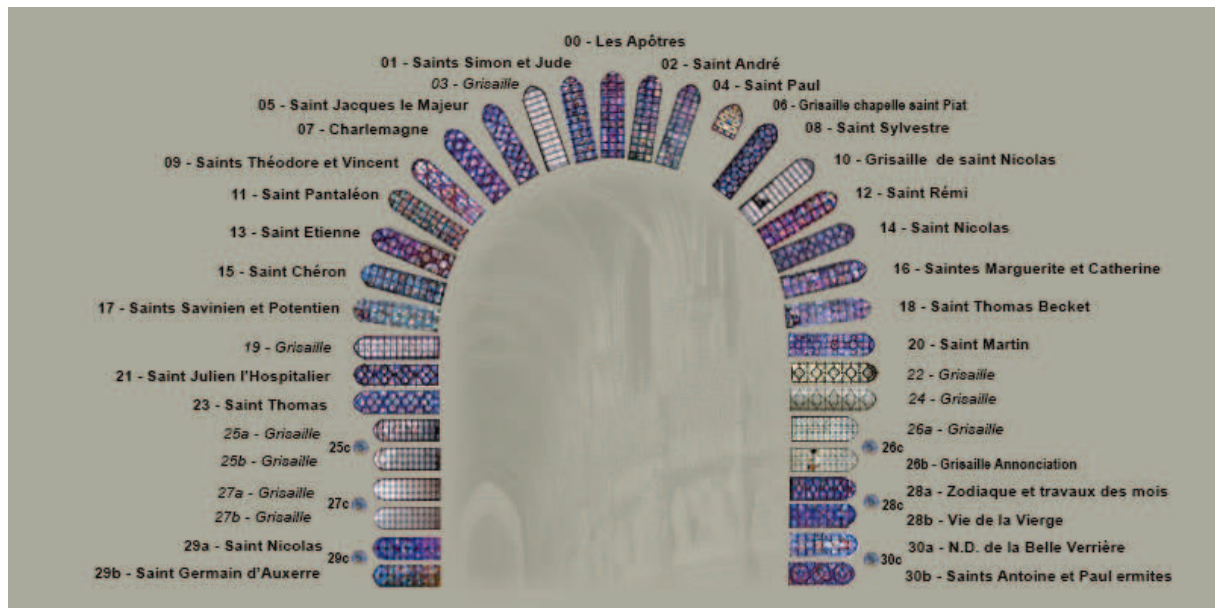


Figure 1.5 Plan des vitraux narratifs, cathédrale de Chartres, disponible sur le site www.vitraux-chartres.fr



Figure 1.6 Vassil, photographie de la communion du chevalier de Reims, revers de façade, cathédrale de Reims, 2007

Cette dimension historique et discursive se retrouve également dans les fêtes foraines qui apportaient avec elles, à la manière des troubadours⁴⁴, les nouvelles de ville en ville mais aussi l'exotisme d'un cabinet de curiosité entre divertissement, imaginaire et instruction⁴⁵.

⁴⁴ P. KREMER, « Une tradition née avec les villes, à la fin du XIIe siècle », *Le Monde*, Juin 1998.



Figure 1.7 Théâtre Pierre Junk, cinéma public de Rouen, foire de Saint Romain, entre 1896 et 1907

Cependant entre les cathédrales et les fêtes foraines s'opère un changement fondamental. On ne visite plus le lieu d'origine mais la copie du lieu qui se déplace jusqu'aux visiteurs. Ce même procédé se démocratise avec les expositions universelles. Le visiteur est dépaycé, plongé dans des atmosphères exotiques, hors de son cadre quotidien.



Figure 1.8 Henri Lemoine, exposition universelle, bâtiments et promeneurs au bord de la Seine, Paris, 1900

Disneyland est caractéristique de ce changement. Selon Célia Pearce, Walt Disney World répond à un besoin de rendre une histoire à Los Angeles en 1955, ville déracinée, victime du

⁴⁵ D. RAICHVARG, Z. GOURARIER, A. MONESTIER, J-L. VERLEY, « La science foraine », Paris, CNRS-PRESSE, 1997, disponible en ligne (consulté le 10.05.15) à l'url suivant <http://www.cnrs.fr/Cnrspresse/n94a10.html#r1>.

syndrome Hollywood⁴⁶. Son procédé, décrit par Henry Jenkins dans son article « Game design as narrative architecture »⁴⁷, est le même que celui des jeux vidéo. Henry Jenkins et le concepteur d'attraction Don Carson⁴⁸ voient dans le *game design* le même défi que pour le créateur de parc à thème : amener les gens à l'intérieur de monde synthétique et les maintenir en immersion par des espaces qui vont transmettre une histoire. Ces mondes virtuels, accessibles à tous, recréent des espaces emplis d'histoires artificielles semblables à la construction du mono-mythe proposé par Edward Castronova. Pour Celia Pearce, les jeux vidéo sont des « média spatiaux » qui utilisent les procédés de la narration environnementale à la manière des cathédrales et des parcs à thèmes. Les MMORPGs plus particulièrement proposent des voyages dans des mondes médiévaux-fantaisistes. Parc d'attraction et jeux vidéo mettent en œuvre les mêmes techniques : narration spatiale, *design* d'expérience, illusion d'authenticité et immersion piétonne.



Figure 1.9 Walt Disney World, Fantasyland, Floride, 2013

⁴⁶ C. PEARCE, *op. cit.* p. 201.

⁴⁷ H. JENKINS, « Game design as narrative architecture », in N. WARDROP-FRUIIN, P. HARRIGAN, *First Person, New Media as Story, Performance and Game*, Cambridge, MIT Press, 2004, p. 118.

⁴⁸ D. CARSON, « Environmental Storytelling : Creating Immersive 3D Worlds using lessons learned from the Theme Park Industry » disponible en ligne (consulté le 10.05.15) à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/view/feature/3186/environmental_storytelling.php.



Figure 1.10 Tom Chilton, Blizzard Entertainment, World of Warcraft, Warlords of Draenor, capture d'écran d'un bâtiment humain, 2014

Pour Henry Jenkins ce sont tous les jeux vidéo qui sont construits comme des architectures narratives. Cette spécificité, lui permettant de sortir de la polémique entre narratologues et ludologues⁴⁹, se dissocie en quatre manières d'appréhender l'espace et la narration dans les jeux vidéo.

- Les micro-récits sont des événements autonomes dont le joueur peut être témoin ou acteur. Ils sont déconnectés les uns des autres et possèdent une valeur indépendamment de l'intrigue principale.
- Les récits embarqués sont des informations distribuées dans l'espace de jeu qui va peu à peu révéler ses secrets dans une mise en scène. Différents récits s'y jouent de

⁴⁹ Henry Jenkins met en avant l'existence d'une polémique dans le jeu vidéo dans laquelle récit et interaction sont opposés. D'un côté, les narratologues défendent une vision narrative du jeu vidéo où les concepteurs / auteurs rangent le jeu vidéo du côté du récit et travaillent ce médium à l'aide d'études narratives. Pour eux, c'est l'histoire qui prime et qui est le meilleur moyen expressif. De l'autre côté, c'est la vision des ludologues qui apparaît par opposition : leur objectif est de déterminer le jeu vidéo comme un objet spécifique qui se différencie par son interactivité. Ici c'est le joueur qui prime et son action sur l'objet. Jenkins ne voit pas d'opposition entre ces deux courants. Pour lui, les jeux vidéo sont des récits et des interactions. La narration peut être une force pour concevoir des jeux vidéo au même titre que l'interactivité. Sa proposition intermédiaire d'espaces aux possibilités narratives dépasse la polémique tout en faisant apparaître une dimension fondamentale des jeux vidéo : l'espace. C'est cette orientation sur laquelle je reviendrai qui sera adoptée dans cette thèse.

manière autonome, par exemple par le biais de publicités, de livres ou autres médias dissimulés dans le jeu. Le joueur va pouvoir connecter les différents éléments ensembles pour former une expérience totale.

- Les espaces évocateurs font souvent appel à la culture du joueur en mettant en place des représentations, des lieux ou des personnages, réels ou fictionnels. Ils s'appuient sur des références que le joueur va reconnaître et interpréter.
- Enfin, les récits émergents sont des récits qui ne sont pas structurés, comme des bacs à sable, à la manière du jeu *The Sims* du concepteur Will Wright sorti en 2000 du studio Maxis.

A la vue de cette réflexion et de la parenté entre fête foraine, parc à thèmes et jeux vidéo le procédé de narration environnementale est une technique qui va permettre de soutenir mon propos. Je souhaite plonger le joueur dans une promenade ludique et interactive dont les récits embarqués, dissimulés dans l'espace, lui donnent les clés pour déchiffrer le message sculpté dans les architectures de cet univers. Les récits embarqués, tels que décrits par Jenkins, jouent sur les compétences narratives du joueur. Ils ne délivrent pas l'histoire mot pour mot mais stimulent la faculté imaginative du joueur à tisser des liens entre les différents éléments mis à sa disposition. C'est donc au joueur de tirer les fils permettant de tisser l'histoire. Ma création consiste à imaginer les différents parcours possibles du joueur dans l'espace de jeu, à orchestrer l'apparition des différentes strates de sens pour qu'elles arrivent dans un ordre logique suscitant un raisonnement. Les récits embarqués ont cette particularité de tenir l'intellect du joueur en éveil et de l'intégrer dans un cheminement de recherche de sens tout au long du jeu. L'utilisation d'espaces évocateurs me permet de faire le lien entre les différents lieux inspirant ce monde ludique afin de lui donner du relief et du sens.

Si les références vues jusqu'à présent s'en tiennent à créer des univers dans des cadres spécifiques que le visiteur sait fictifs, il est tout autant intéressant d'observer comment ces mondes synthétiques sont en relation avec le monde réel. Walt Disney, après la création de Disneyland, avait déjà projeté la création d'une ville utopique à l'image du parc à thèmes. EPCOT (*Experimental Prototype Community of Tomorrow*) est un projet de société qui aspirait au bonheur de tous et où l'urbanisme viendrait régler tous les problèmes communautaires. Cette expérience urbaine n'a jamais vu le jour en tant que telle.



Figure 1.11 Clem Hall et Bob Scifo, *EPCOT Overall. Bird'eyes view*, 1981

L'ambition de Walt Disney était de créer la ville de demain par l'utilisation de nouvelles technologies. La proposition de Jane McGonigal lui ressemble. Le terrain acheté en Floride a laissé place à un parc ludique et pédagogique, simplifié, construit en 1982.

Au cœur de cet urbanisme ludique, Las Vegas, capitale du jeu depuis les années 1930, est également une référence primordiale dans la représentation de l'*Ubicom World*. Le ludique s'y inscrit comme un mode d'appréhension du réel dans une ville où règne magie et technologie.

Cité des espoirs et du spectacle, Las Vegas aime les esprits, soulage les frustrations, ranime les passions éteintes, éveille les appétits de vivre abîmés par les rudesses de la réalité extérieure. S'y immerger stupéfie et rend euphorique. Pour le moins, par sa culture du spectacle, la ville se veut une métaphore de l'insouciance et du divertissement.⁵⁰

Ce culte de « l'anti-raison »⁵¹, mis en scène jusque dans les excentricités urbaines et le kitsch de Las Vegas, a déteint sur la réalité extérieure et sur l'urbanisme en dehors des murs⁵² de cette ville du divertissement, de la même manière que le premier Luna Park, *Dreamland* à Coney Island créé en 1900 a imprégné l'urbanisme de Manhattan⁵³.

⁵⁰ V. ARRAULT, *L'Empire du Kitsch*, Paris, KLINCKSIECK, 2010, p. 43.

⁵¹ *Ibid.* p. 104. Sont repris ici les termes de la chercheuse Valérie Arrault qui dans son analyse critique du kitsch voit dans Las Vegas une échelle surdimensionnée du jeu, mettant en scène une éducation sociale par le ludique (p. 86). Cet art de vivre « Las Vegasien » passe par l'étendue de l'emprise du kitsch qui se dessine en secret comme le principe structurel de la société de consommation et de son industrie culturelle (p. 75)

⁵² R. VENTURI, D. S. BROWN, S. IZENOUR, *L'enseignement de Las Vegas*, Paris, Editions Mardaga, 2008.

⁵³ E. LEQUEUX, « Entretien avec Didier Ottinger et Quentin Bajac », in. *Dreamlands*, Des parcs d'attractions aux cités du futur, Paris, Beaux Arts éditions, p. 8. Cette porosité entre Coney Island et Manhattan est démontrée dans l'exposition *Dreamlands* par les propos rapportés par les commissaires de l'exposition,



Figure 1.12 Allan de Souza, *The Goncourt Brothers stand Between Caesar and the Thief of Bagdad*

L'exemple le plus parlant de ce syncrétisme entre parc d'attraction et urbanisme est la ville de Dubaï située aux Emirats Arabes Unis. Dubaï représente l'apogée de cette fusion du caractère artificiel et ludique poussé à son paroxysme jusqu'au quotidien de ses habitants. La démesure et l'excès de richesse, représentés par des quêtes verticales de gratte-ciels aux tailles records ou des hôtels de luxes les plus haut notés, témoignent d'un mode de vie ludique, technologique et magique digne de Disneyland.



Figure 1.13 Mise en valeur des similarités entre Disney World (logo à droite) et le Miracle Garden de Dubaï (à gauche)



Figure 1.14 La tour du croissant de Lune, Dubaï et Figure 1.15 TimeLaps, Dubaï

selon lesquels, les promoteurs du Luna Park *Dreamland* ont également coopéré au développement de Manhattan, déplaçant ainsi la mythologie de *Dreamland* sur la ville de New York.

La dimension enchantée, dépayssante, merveilleuse que l'on peut retrouver derrière les parcs à thème Disneyland, les architectures de Dubaï ou encore le kitsch de Las Vegas sont des éléments que je vais utiliser pour représenter cette utilisation du jeu. Ces différents sites sont selon Valérie Arrault, professeur en Arts Plastiques à l'Université Montpellier 3, dans *L'Empire du Kitsch*, des paradis terrestres dont l'atmosphère est celle d'une « satisfaction émerveillée » mettant en scène la réification du monde par des procédés de copier/coller, d'imitations, d'artificialité des monuments caractéristiques du patrimoine de différents pays du monde. Dans son analyse, Valérie Arrault traite de Disneyland et de Las Vegas en des termes qui seront proches de ceux utilisés par Edward Castronova et Jane McGonigal à propos des jeux vidéo et des ARGs. Disneyland est comparé à un monde virtuel, « un univers composite où pour le plaisir des yeux le rationnel et l'imaginaire se mêlent dans la plus extrême ambiguïté [...] »⁵⁴. Il « substitue la pensée magique à l'esprit scientifique »⁵⁵. La magie et les jeux apparaissent comme un modèle supérieur au monde vrai⁵⁶, à l'image de l'*Ubicomp World* proposé pour réparer une réalité brisée. Ce modèle et cette politique consistent à inciter à s'échapper de sa condition humaine et des maux de l'individu contemporain. En dissimulant la technologie qui irrigue ce monde ludique, on retrouve bien l'idéologie de DisneyWorld. Dans « *Geek Chic, Machine, Aesthetics, Digital Gaming, and the Cultural Politics of the Case Mod* », Bart Simon, directeur du centre *Technoculture, Art and Games* (TAG), traite du fantasme d'échapper aux vicissitudes des corps organiques par l'informatique ubiquitaire. Selon lui, c'est la culture du jeu vidéo qui en est la plus révélatrice. Elle reflète l'esthétique informatique contemporaine en appliquant deux règles : « *On one hand hide the hardware or disguise it [...]. On the other hand make the experience as spectacular as possible so the user forgets that the hardware is there* »⁵⁷. Ainsi, l'espace proposé dans *L'Envers du Décor* se construit d'après cette idéologie de parc d'attractions où les rouages, les câbles, les réseaux sont dissimulés, où rien ne dépasse, pas d'affiche, pas de détrit, seulement des écrans qui diffusent des flots continus d'informations et des publicités numériques. La technologie est incorporée dans tous les objets pour entraîner le joueur dans une parade de plaisir et de spectacle à l'intérieur de chacun des niveaux, conçus à l'image de ces *lands*.

⁵⁴ V. ARRAULT, *Ibid.* p. 203.

⁵⁵ *Ibid.* p. 205.

⁵⁶ *Ibid.* p. 206.

⁵⁷ B. SIMON, « *Geek Chic, Machine Aesthetics, Digital Gaming, and the Cultural Politics of the Case Mod* », *Games and Culture*, vol. 2, n°3, juillet 2007, p. 180.

[Traduction] D'un côté le matériel informatique est caché ou déguisé. De l'autre côté, faites l'expérience de la manière la plus spectaculaire possible pour que l'utilisateur en oublie que le matériel informatique est là.



Figure 1.16 Premier concept art réalisé avec Vincent Aubry sur le projet, représentation d'une société ludique

3.2 Les trois parades au désenchantement du monde

Cette augmentation technologique du réel à laquelle souhaite procéder Jane McGonigal passe par quatorze solutions qu'il faut analyser comme un ensemble. Ces parades peuvent être réorganisées en fonction des trois assertions précédemment proposées pour décrire le processus de désenchantement du monde. Le développement de l'« âme » du capitalisme trouve une compatibilité avec un jeu productif. La disparition des pratiques magiques comme technique du salut quant à elles sont ranimées par une dimension sacrée du jeu aux couleurs de l'épopée qui aboutira à une transformation de la rationalité technique en magie scientifique capable de produire des communautés.

La réconciliation de l'âme du capitalisme et du sentiment de dépression généralisée sont planifiés en instrumentalisant le jeu. En l'utilisant comme générateur de compétences, le jeu est socialement productif. Le développement et l'amélioration des compétences propres au joueur se déploient dans une dimension sociétale, dans le monde réel.

*Gamers are a human resource that we can use to do real world work. The games are powerful platform for change. We have all these amazing super powers: blissful productivity, the ability to weave a tight social fabric, this feeling of urgent optimism and the desire for epic meaning.*⁵⁸

Les compétences des joueurs sont des ressources humaines non négligeables. En effet ces derniers s'investissent dans de nombreuses tâches et y accomplissent un labeur souvent répétitif. Les joueurs de MMORPG ne jouent pas pour « tuer le temps »⁵⁹. Jane McGonigal en déduit que travailler dur rend plus heureux que de se relaxer. Jouer est une manière d'éprouver le temps et non de le subir. Le travail est ici conçu comme une activité pleine de sens, satisfaisante qui peut advenir par l'établissement d'objectifs clairs énoncés comme des missions de jeux. La déconstruction de la tâche à produire doit se faire par étapes franchissables, là aussi, à la manière de niveaux de jeux⁶⁰. Ainsi l'*ethos* du capitalisme n'entre pas en contradiction avec la proposition de Jane McGonigal. Au contraire, l'auteure établit par

⁵⁸ J. MCGONIGAL, Conférence « Gaming can make a better world », TED 2012, disponible en ligne (consulté le 05.05.15) à l'url suivant: <https://www.youtube.com/watch?v=dE1DuBesGYM#t=1203>.

[Traduction] Les joueurs sont des ressources humaines que l'on peut utiliser pour accomplir du travail dans le monde réel. Ces jeux sont de puissantes plateformes de changement. Nous avons tous ces incroyables super-pouvoirs : une merveilleuse productivité, la capacité à tisser des liens sociaux, ce sentiment impérieux d'optimisme urgent et le désir de sens épique.

⁵⁹ J. MCGONIGAL, *Reality is broken*, op. cit., p. 33.

⁶⁰ *Ibid.* p. 55.

le jeu un mode d'appréhension du réel qui permet aux joueurs d'être productifs. Cette productivité se fait sur un plan émotionnel et non lucratif⁶¹. Les joueurs reçoivent un bénéfice de leur activité, ils s'intègrent dans un monde où ils ont maintenant des repères – puisque imaginé comme un jeu. Leurs récompenses sont intrinsèques à l'activité même de jouer, à l'investissement personnel du joueur et au sens reçu par l'expérience. Malgré le caractère non lucratif du mode d'appréhension du monde par Jane McGonigal, le jeu est vu comme un élément productif de biens, ici plutôt de biens sociaux, capables de rénover une dynamique globale et compétitive⁶² pour changer le monde. Il apparaît comme ce qui console et remplace Dieu.

Dieu est mort! Dieu demeure mort! Et nous l'avons tué! Comment nous consolerons-nous, nous, assassins entre les assassins? [...] Avec quelle eau pourrions-nous nous purifier? Quelles cérémonies expiatoires, quels jeux sacrés nous faudra-t-il inventer? La grandeur de cet acte n'est-elle pas trop grande pour nous? Ne nous faut-il pas devenir nous-mêmes des dieux pour apparaître seulement dignes de lui?⁶³

Comme nous l'avons vu précédemment pour Jane McGonigal, il n'y a pas de place vacante suite à « la mort de Dieu » mais seulement la possibilité d'alterner et d'augmenter l'existant. Ainsi, pour remplacer la dimension du sacré et du religieux, l'auteur élabore un système de sens prodigué par le jeu. Pour réhabiliter la boussole de la destinée humaine, l'auteur propose de repeindre le monde contemporain aux couleurs de l'épopée. La justification de l'existence humaine passe par le jeu, érigé au rang de sacré, dont la réalité est saupoudrée. Il est aussi remarquable, comme le note Patrick Schmoll, psychosociologue et anthropologue français, que « si le désenchantement du monde est le fait de la suprématie culturelle de la Raison, [...] la technologie qui en est l'expression la plus avancée soit utilisée comme moyen pour inventer de nouveaux jeux [...] »⁶⁴. Dans son article, il rapproche les nouvelles pratiques ludiques d'une dimension sacrée, candidate au réenchantement du monde.

L'idée que le jeu est sacré n'est pas nouvelle. Roger Caillois dans *L'Homme et le Sacré* rouvre le débat en s'opposant à l'idée que le jeu puisse se situer du côté du sacré. Pour lui, il

⁶¹ *Ibid.* p. 245.

⁶² *Ibid.* p. 243.

⁶³ F. NIETZSCHE, *Le Gai Savoir*, trad. Patrick Wotling, Flammarion, Paris, 2007, p. 177.

Pour précision, la citation fait office de complément aux explications sur le désenchantement du monde sur lesquelles nous ne reviendrons pas ici.

⁶⁴ P. SCHMOLL, « Relire Jacques Henriot à l'ère de la société ludique et des jeux vidéo », *Science du Jeu* n°1, 30 ans de Sciences du jeu à Villetaneuse. Hommage à Jacques Henriot, 2013, p. 5, disponible en ligne (consulté le 02.06.15) à l'url suivant°: <http://www.sciencesdujeu.org/index.php?id=112>.

est le profane pur⁶⁵. Le jeu doit rester une « activité libre »⁶⁶ et « improductive »⁶⁷ qui se suffit à elle-même et dont le contenu est secondaire. Il s'inscrit dans le domaine de la distraction et du repos⁶⁸. Le sacré au contraire s'inscrit dans une lutte pour l'existence, il porte une dimension de responsabilité, de fascination et de respect⁶⁹. Le jeu pour Roger Caillois se situe dans le domaine du profane car il habite le monde de l'usage commun. Jane McGonigal établit une vision du jeu opposée à celle de Roger Caillois et qui se rapprocherait plutôt de celle de Johan Huizinga. Dans *Homo Ludens, Essai sur la fonction sociale du jeu*, Huizinga relève une connivence entre le jeu et le sacré alors que Caillois note une différence.

De même qu'il n'existe point de différence formelle entre un jeu et une action sacrée, à savoir que l'action sacrée s'accomplit sous des formes identiques à celles du jeu, de même le lieu sacré ne se distingue pas formellement de l'emplacement du jeu.⁷⁰

Cette connivence permettrait, entre autres, de transporter les humains hors de l'existence ordinaire. Pour Huizinga, le jeu se sépare de la vie courante car il occupe un temps et un espace précis qui ne saurait dépasser ses propres frontières.

Si Jane McGonigal, elle, n'hésite pas à transgresser les frontières du jeu, c'est pour utiliser la fonction de transport hors de l'existence ordinaire. Son souhait est de métamorphoser la réalité pour lui donner la dimension d'un jeu épique. Celle-ci est utilisée comme un mot clé, acteur de la résolution des problèmes de la réalité. Elle réhabilite le courage, crée des « *challenges* » capables de stimuler le joueur et l'engage sans peur dans une quête à risque. L'épopée est, selon l'auteur, très présente dans la culture des joueurs. Elle se différencie de la réalité en ce qu'elle donne une échelle plus noble et attractive que le réel, qualifié lui de trivial et de facile. « *A good working definition for "epic" is something that far surpasses the ordinary especially in size, scale, and intensity. Something epic is of heroic proportions* »⁷¹. Les actions des joueurs, l'environnement et les projets entrepris par les

⁶⁵ R. CAILLOIS, *L'homme et le sacré*, Gallimard, Paris, 1950, p. 215.

⁶⁶ R. CAILLOIS, *Les jeux et les hommes*, Gallimard, Paris, 1967, pp. 35-36.

⁶⁷ L'improductivité du jeu est ambiguë dans la proposition de Jane McGonigal car bien qu'elle défende que le jeu a une fin en lui-même, elle en défend aussi en parallèle sa productivité. Jane McGonigal se sert du jeu pour réinvestir le réel. Il possède donc une fin secondaire à son activité même puisqu'il est capable de générer des projets ou des œuvres dont la finalité est de sauver le monde. J. MCGONIGAL, *op. cit.*, p. 296.

⁶⁸ R. CAILLOIS, *L'homme et le sacré*, p. 212.

⁶⁹ *Ibid.* p. 24.

⁷⁰ J. HUIZINGA, *Homo Ludens, Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, 1951, p. 30.

⁷¹ J. MCGONIGAL, *Reality is broken*, p. 98.

joueurs doivent être épiques. Cette volonté de ranimer l'épopée n'est pas neutre dans le cadre du processus du désenchantement du monde. Le fantasme du monomythe d'Edward Castronova réapparaît ici sous la forme de récits d'aventure, héroïques, mais aussi divins. L'épopée est un style mettant en scène des personnes hors du commun qui s'incarnent dans la figure de héros inimitables et souvent excessifs. Comme le souligne Christiane Seydou, dans l'épopée, l'action a un caractère paroxystique qui témoigne d'une vie intense et exaltée des personnages. L'épopée est communicative d'une énergie motrice qui entraîne le lecteur, le spectateur ou le joueur, à vivre ce sentiment d'exaltation⁷². Ce style non contemporain, traitant d'exploits et de hauts-faits, met en scène le destin de héros. C'est cette destinée qui disparaît après la mort de Dieu, laissant place à un monde qui n'est plus réglé par une puissance supérieure mais par le hasard. En effet, le hasard est ce qui se substitue au destin quand le monde a perdu ses dieux et ses héros. Jane McGonigal propose ainsi de voir les joueurs comme des super-héros, figures qui combinent celle du héros antique et du surhomme : le joueur peut alors reprendre le contrôle de sa vie, et transférer ses compétences acquises en jeu par le biais d'une *mimicry*, un faire-semblant si puissant qu'il lui donnerait la confiance et les capacités pour changer le monde. Ainsi dans l'un de ses projets *SuperBetter*, créé en 2012, Jane McGonigal propose un ARG de gestion de vie permettant l'organisation de ses problèmes en obstacle, ou « super vilains » à battre, à l'aide d'une identité secrète et de « super pouvoirs ». La finalité de ce jeu est de rendre le joueur plus résistant et plus optimiste face aux épreuves qu'il rencontre, telle que la maladie. Le jeu stimule et développe la volonté du joueur dans une forme d'auto persuasion psychologique *via* une interface ludique.

Ce modèle du super-héros, proposé au joueur par Jane McGonigal, montre l'évolution de cette figure. Elle met en scène des hommes, au-dessus des autres hommes dont la destinée n'est plus réglée par les dieux – dans la majorité des cas et à l'exception de Thor ou Wonder Woman pour ne citer qu'eux – mais bien plutôt par la science. Dotés d'une force physique extraordinaire, de résistance, de rapidité, les super-héros possèdent des super-pouvoirs causés la plupart du temps par des accidents ou des expériences scientifiques. Par exemple, *Spiderman* de l'univers Marvel, est piqué par une araignée radioactive qui lui confère certaines de ses caractéristiques quant à *Flash* de l'univers DC Comics, il est frappé par un éclair de force véloce suite à l'explosion d'un accélérateur de particules. Ses deux super-héros

[Traduction] Une définition qui fonctionne bien pour « épique » pourrait être ce qui surpasse l'ordinaire de par sa taille, son échelle et son intensité. Quelque chose d'épique a des proportions héroïques.

⁷² C. SEYDOU, « Réflexions sur les structures narratives du texte épique », in *L'homme*, 1983, tome 23, n°3, p. 44.

témoignent d'un changement paradigmatique de la nature des croyances. Selon Thierry Rogel, professeur en sciences économiques, dans la *Sociologie des super-héros*, les super-héros révèlent comment la science ranime des croyances magiques, animistes et totémistes.

Puisque les sciences et techniques nous offrent des résultats de plus en plus fantastiques, inimaginables il y a vingt ans, sur quels critères peut-on déterminer ce qui est possible et ce qui ne l'est pas [...] ? C'est sur ce terreau que poussent toutes sortes de croyances puisque chaque avancée scientifique accroît l'univers des possibles.⁷³

La figure des super-héros est également utilisée pour la dimension d'entraide et d'équipe que Jane McGonigal souhaite produire, à savoir former une communauté de joueurs qui collaborent ensemble dans le monde réel comme le met en scène la dimension sociale de *SuperBetter*.



Figure 1.17 Marvel, *The Avengers Assemble, Age of Ultron*, 2013

Il est donc possible de retracer une généalogie entre la dimension sacré du jeu de McGonigal mettant en scène les joueurs comme des super-héros, eux-mêmes traduisant une résurgence de la dimension magique et religieuse, bien souvent par des moyens scientifiques. Cette religiosité qui se dessine en trame de fond de l'ouvrage de McGonigal se conclut sur l'ambiance optimiste et naïve de vouloir massivement « sauver le monde ». Le jeu devient par conséquent messianique. Il s'annonce en guide – ou en Sauveur – garant du salut des hommes, un salut trouvé ici-bas et non dans la profondeur d'une réalité en 3D, désincarnée et virtuelle.

⁷³ T. ROGEL, *Sociologie des super-héros*, Paris, Hermann Editeurs, 2012, p. 83.

Idéation 2/2 Carte d'identité du *L'Envers du Décor*

A la lumière de ce réenchantement du monde par le jeu basé sur un modèle à mi-chemin entre la magie et la science, et possédant une religiosité, il m'importe de définir les trois derniers points constitutifs de la carte d'identité de mon jeu : l'identité du joueur, le choix d'une expérience solitaire, et la réutilisation des procédés de l'ARG comme caricature de la proposition de Jane McGonigal.

Dans mon univers en 3D, j'ai le choix entre proposer une vue à la première personne ou bien une vue à la troisième personne au joueur pour que celui-ci vive cette immersion piétonne décrite plus haut.



Figure 1.18 *World of Warcraft*, capture d'écran illustrant la vue à la troisième personne

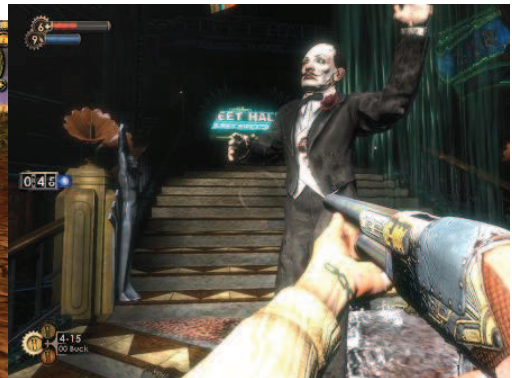
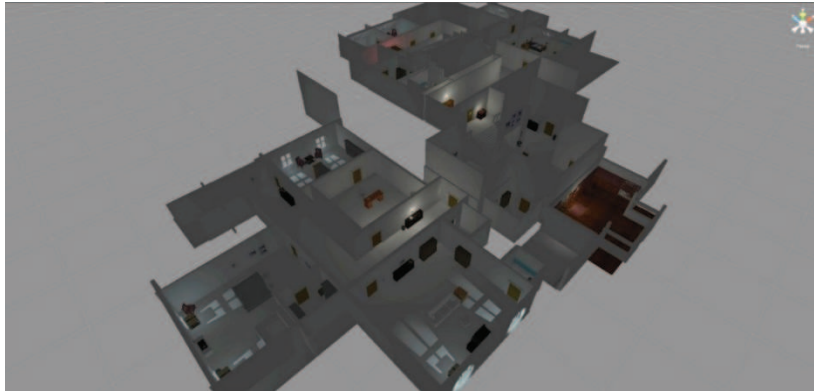


Figure 1.19 *Bioshock*, capture d'écran illustrant la vue à la première personne

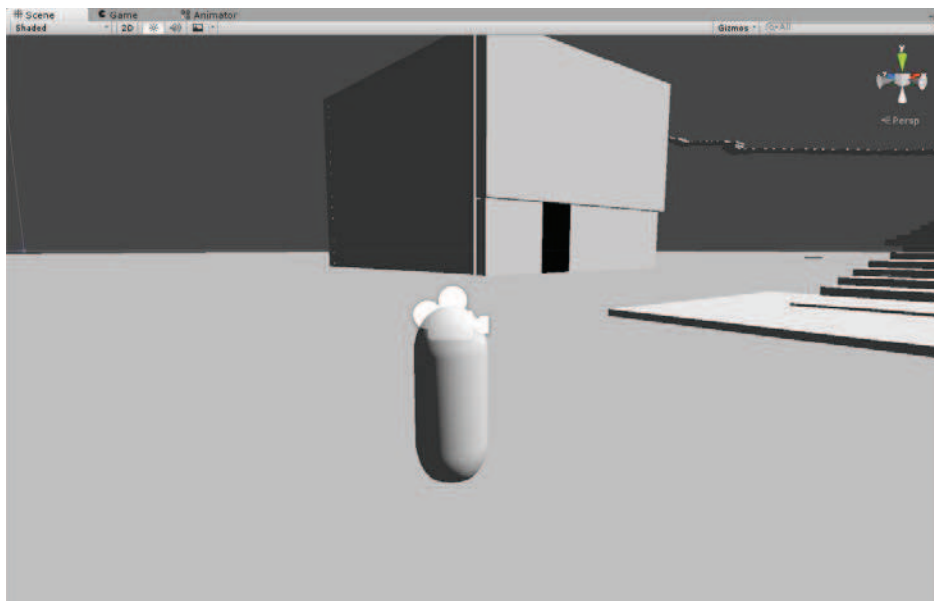
Les jeux vidéo reposant essentiellement sur la narration environnementale se jouent souvent à la première personne. A ce titre nous pouvons citer *Bioshock* des concepteurs Ken Levine et Paul Hellquist (2K, 2007), *Dear Esther* de Jack Morgan (The Chinese Room, 2008) et *Gone Home* de Steve Gaynor (The Fullbright Company, 2013). *Gone Home* est particulièrement pertinent dans la relation intime qu'il crée entre le joueur et le contexte du jeu. Débarquant dans la maison familiale, le joueur incarne Kaitlin revenant d'un voyage en Europe. La maison est déserte, il fait nuit et l'orage gronde à l'extérieur. Kaitlin va chercher à comprendre où sont passés les membres de sa famille. Le joueur est pris dans une enquête, découvrant le passé des lieux et de chacun des personnages sur une ambiance de film d'horreur. Dans ce jeu pas d'objectif qui ne soit contextualisé et ne découle du déplacement du joueur et de sa rencontre avec les différents objets qui agencent la maison. Chaque pièce recèle son lot de vérités sur l'identité des personnages et leurs relations. Un des points particulièrement intéressant est aussi la manière dont le jeu induit des représentations particulières chez le joueur : en

reconnaissant certains codes narratifs, celui-ci en déduit toute une histoire qui se déroule sur un troisième plan virtuel, son imagination. Le déroulement narratif lui n'aura de cesse de surprendre le joueur pour l'embarquer dans un récit bien plus mature qu'il n'y paraît au premier abord.



*Figure 1.20 Gone Home,
plan de la maison*

Le choix d'une caméra à la première personne m'éloigne des MMORPGs qui exhibent le personnage sous la figure d'un héros puissant dont l'apparence reflète les récompenses gagnées lors de l'achèvement de quêtes. Cette vue subjective me paraît adaptée au contexte dans lequel je souhaite plonger le joueur. En effet, ce point de vue traduit l'idée d'une immersion, mais surtout permet de vivre le jeu avec ses propres yeux et de projeter ses propres pensées comme celle du personnage - non matérialisé - que l'on déplace. Ce personnage est en réalité une caméra que le joueur promène par les touches directionnelles de son clavier dans les architectures qui seront par la suite prédéfinies pour créer le contexte narratif et signifiant.



*Figure 1.21 Capture
d'écran de L'Envers
du Décor, à l'état
d'ébauche,
positionnement de la
caméra dans
l'univers 3D*

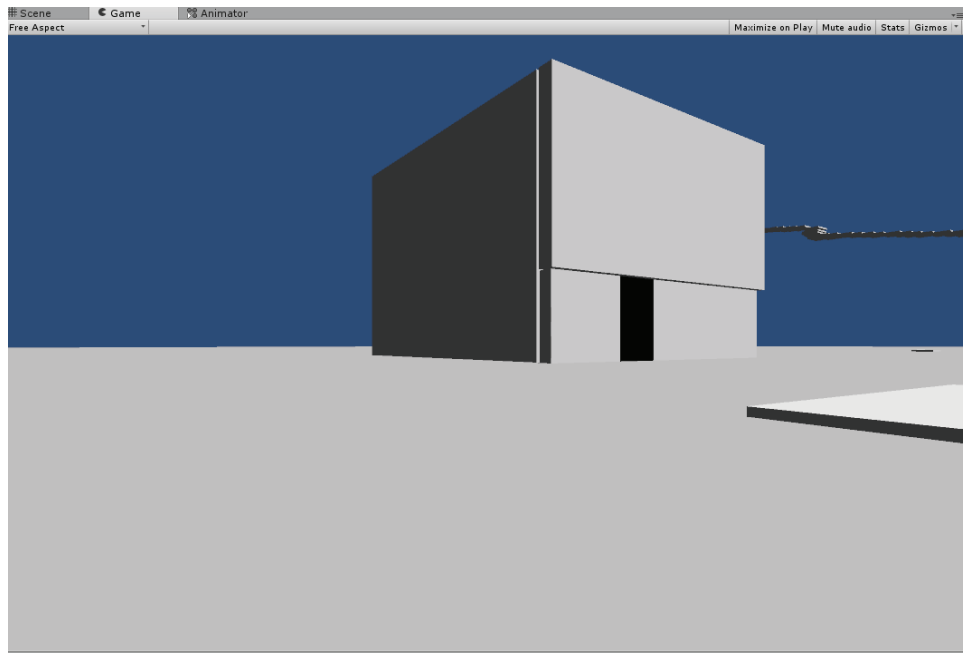


Figure 1.22 Capture d'écran de L'Envers du Décor, à l'état d'ébauche, point de vue du joueur par rapport au positionnement de la caméra

L'absence de représentation du joueur correspond également à l'idée de ne pas vouloir mettre en scène de super-héros, contrairement à la proposition de Jane McGonigal. Venant accentuer et confirmer ce choix, mon projet se définit également comme une expérience solitaire, plutôt que massivement multijoueur et communautaire. Dans les premières minutes de jeu, le joueur peut avoir l'illusion d'être un héros doté d'une quête messianique. En effet, les codes vidéoludiques classiques reposent souvent sur ce modèle. Cependant, ici, pas d'individualité héroïque. L'avatar désincarné joue bien son rôle : celui d'un vaisseau dans lequel chaque joueur peut venir s'incarner symboliquement le temps du jeu. Finalement, la seule projection identitaire du joueur se fait par la représentation des Personnages Non Joueurs (PNJ)⁷⁴ qui peuplent cet univers. Le joueur est à la même échelle que les PNJ : il est un citoyen de cette société « enchantée », simple rouage du système.

La dernière dimension qui complète ce projet est la réutilisation de procédés d'ARG. L'idée ici n'est pas de proposer un ARG comme le fait Jane McGonigal mais de réutiliser certains de ses procédés pour créer un lien depuis le monde réel vers l'univers fictif de mon projet. La confusion créée entre le réel et le virtuel se veut partielle afin de ne pas perdre de vue la valorisation d'un retour au réel sans artifice ludique. Ainsi le caractère sacré et la religiosité qui entourent le jeu dans la conception de Jane McGonigal me poussent à la

⁷⁴ Les PNJ sont les personnages présents dans l'univers d'un jeu mais qui ne sont pas jouables par le joueur.

création d'un régime politico-religieux comme arrière-plan narratif de cette société ludique. La synthèse de l'histoire de mon univers est prête à être posée sous la forme d'un *pitch*, c'est-à-dire en un paragraphe succinct.

Le joueur est plongé dans une société où le ludique est devenu la mesure de chaque chose.
Le joueur peut explorer cette étonnante société, découvrir ses mécanismes, son histoire et les idéologies qui l'habitent au travers de l'exploration de ses différents quartiers.

L'ARG, quant à lui, repose sur une campagne fictionnelle de ce régime politico-religieux prônant une société du tout ludique. En travaillant à même le réel, des affiches seront accrochées dans la ville de Montpellier, des indices tangibles dissimulés et enfin la récompense du joueur le conduira à un site Internet sur lequel se trouvera diffusé le jeu. Ainsi le message s'étoffera en mettant en abîme l'invasion ludique qui prend place dans nos sociétés contemporaines, sous la forme du processus de la « *gamification* ».

<i>Environnement graphique</i>	3D.
<i>Type de jeu</i>	Exploration. Procédé de la narration environnementale – mise en scène de récits embarqués et d'espaces évocateurs.
<i>Caméra</i>	Caméra à la première personne.
<i>Contrôle</i>	Clavier (contrôle des déplacements et de certaines actions contextuelles) – souris (contrôle de la caméra).
<i>Personnage</i>	Le joueur incarne un citoyen de cette société enchantée par le ludique.

Figure 1.23 Tableau récapitulatif, carte d'identité du L'Envers du Décor

Chapitre 2

Processus historique de formation de la gamification

1. Première trajectoire historique : le masque du jeu

1.1 Premier portrait de la gamification comme « phénomène »

La proposition de Jane McGonigal s'inscrit dans un mouvement plus global de l'utilisation du jeu dans différents domaines de la vie quotidienne, celui de la *gamification*, bien que la conceptrice s'en défende¹. Sémantiquement formé dans les années 2000, le premier à employer ce terme serait Nick Pelling en 2002, ingénieur travaillant à rendre plus attractif et ludique du matériel informatique dans son agence de consultant Conundra Ltd.². Sébastien Deterding, dans son étude sur les discours et l'histoire d'un monde ludique, « The Ambiguity of games : histories and discourses of a gameful world », l'attribue à Clay Shirky, journaliste spécialiste des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) et Bret Terrill en 2008. La définition la plus utilisée de la *gamification* est celle de Sébastien Deterding, selon qui, elle consiste en « [...] *the use of game design element in non-game design context* »³. En d'autres termes la *gamification* fonctionne en récupérant des

¹ Il est nécessaire de préciser dès à présent que dans sa conférence « How to reinvent reality without gamification », GDC Vault, 2011, Jane McGonigal s'oppose à une conception de la *gamification* bien souvent réductrice du potentiel des jeux vidéo. Pour cela, elle propose de s'inscrire dans un mouvement qu'elle nomme « *gameful* » (pleinement ludique) qui sera repris dans le titre de l'ouvrage collectif de Sébastien Deterding et Stephan P. Walz, *The Gameful World*. Le terme de *gamification* comme il sera expliqué dans ce chapitre et le suivant est ici entendu dans un sens plus large comme un phénomène visant à édulcorer le réel par le jeu.

² A. MARCZEWSKI, *Gamification: A Simple Introduction & a Bit More*, Kindle Edition, 2011, p. 3 et K. WERBACH, *For the Win : How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*, Philadelphie, Wharton Digital Press, 2012, p. 25.

³ S. DETERDING, « From Game Design Elements to Gamefulness : defining gamification », *Proceedings of the 2011 MindTrek Conference*, Vancouver, Canada, p. 10.

[Traduction] l'utilisation d'éléments de conception de jeux vidéo dans des contextes de non-jeu.

mécaniques ludiques et en les « disséminant »⁴ dans des environnements non-ludiques, comme des applications technologiques d'ordre utile ou encore des objets à l'image de l'informatique ubiquitaire. C'est donc une utilisation de jeu détournée, pour en faire autre chose, que l'on retrouve derrière ce phénomène. Un exemple parlant de la *gamification* est la célèbre conférence donnée par Jesse Schell au *Design, Innovate, Communicate, Entertain Summit* en 2010, où à son apogée, ce phénomène deviendrait un mode de vie.

*You'll get up in the morning to brush your teeth, and the toothbrush can sense that you're brushing your teeth, and so, hey good job for you! 10 points for brushing your teeth! And it can measure how long, and you're supposed to brush them for three minutes and you did. Good job, you brushed your teeth for three minutes. And so you get a bonus for that. And hey, you brushed your teeth every day this week, another bonus.*⁵

Cette vision de la part du concepteur de jeux vidéo a mis quatre ans avant de devenir réalité. Aujourd'hui la brosse à dents connectée n'est plus une fiction mais un projet nommé *Kolibree* financé en *crowdfunding* par la plateforme *Kickstarter*⁶.



Figure 2.1 Kolibree, brosse à dents électrique connectée avec capteurs de mouvement 3D

⁴ La formule est empruntée à Michel Lavigne, dans son article « Sous le masque du jeu », publié dans la revue *Interfaces Numériques* « Des Serious games à la Gamification, Approches critiques des disséminations vidéoludiques », vol. 3 – n°3, Paris, Lavoisier, 2014, pp. 473-495. Cette notion de « dissémination » fait écho à celle anglaise de « ludification » que l'on retrouve chez Joost Raessens pour qualifier la diffusion de plus en plus importante du jeu dans la société contemporaine (Cf. « Playful identities, or ludification of culture, games and culture », vol. 1(1), 2006, pp. 52- 57).

⁵ J. SCHELL, « Design Outside the Box », *D.I.C.E Summit*, 2010.

[Traduction] Vous vous levez le matin et vous brossez les dents. La brosse à dent peut détecter que vous êtes en train de vous brosser les dents. Bon travail! 10 points pour vous être brossés les dents ! Et la brosse à dents peut même mesurer combien de temps vous vous en servez, et comme vous êtes supposé vous brosser les dents pendant trois minutes, vous l'avez fait. Encore du bon travail, vous vous êtes brossé les dents pendant trois minutes. Cela mérite bien un bonus. Et si vous vous brossez les dents tous les jours de la semaine, vous gagnez un bonus supplémentaire.

⁶ Kolibree, la brosse à dents électrique connectée avec capteurs de mouvement 3D, a été créée par Thomas Serval, pionnier des objets connectés dans le monde a travaillé chez Microsoft France et Google avant de fonder Aleph1 un accélérateur dédié aux objets communicants et au *Big Data*, et par Loïc Cessot ingénieur des Arts et Métiers de ParisTech, <http://www.kolibree.com/fr/>.

La *gamification* varie entre plusieurs formes comme :

- la *gamification*, ou *ludification*, qui insiste sur le caractère structurel et formel de la règle de jeu – ces deux termes sont interchangeables.
- la *funification*⁷, qui met en scène l'idée d'une ambiance relevant du jeu, du trivial et de la distraction.
- et la *playification*⁸, plus rare et plus récente, qui met ici l'accent sur le caractère affranchi, innovateur et créatif d'une attitude, d'un état d'esprit ludique, permettant de penser librement en dehors des normes habituelles.

Pour le moment, le parti pris est de conserver le terme de *gamification*, en anglais, dans un souci de reconnaissance de ce phénomène comme un mouvement, une tendance qui se dessine et qu'il faut bien identifier par le nom qu'elle se donne⁹. Le phénomène de *gamification* englobe également les différentes formes et symptômes qu'il enfante. Ainsi la *gamification* est proche du *game design* puisqu'elle s'appuie sur la règle et travaille à même le système de jeu. Cependant cette spécificité n'exclut pas de produire les effets d'une *playification* ou d'une *funification*, c'est-à-dire de produire une expérience ludique de distraction et une disposition ludique, créative et libre, pour son utilisateur. En effet, la règle, en tant que contrainte génératrice de créativité n'empêche pas l'émergence de l'attitude ludique à son contact puisqu'elle se retrouve dans tous les jeux afin de poser un cadre aussi minime soit-il.

L'emploi du mot *gamification* est aussi utilisé pour parler de deux autres de ses formes caractéristiques, les *serious games* (les jeux sérieux) et les *Games For Change* (G4C - les jeux pour le changement sociétal), qui ne sont pas traitées dans ce chapitre, bien qu'elles participent de l'adoption de la *gamification* dans un sens élargi. Le parti pris est ici de les traiter en tant que formes distinctes de la *gamification*. Celles sont étudiées dans le chapitre suivant, en ayant comme objectif de mettre en lumière les différentes apparences que revêtent la *gamification* et les différents domaines dans lequel le jeu se « dissémine » à l'époque contemporaine.

⁷ M. J. NELSON, « Soviet and American Precursors of the gamification of work », *Mind trek* 2012, Tampere, Finlande, Octobre 2012, p. 3.

⁸ On retrouve la trace de ce terme dans certains discours peu documentés par exemple au *V21 Summit* en 2014 ou du *TKWM 2015* (The Kids Want Mobile !) lors de la conférence de la conceptrice Willow Tyrer Mellbratt. Je reviendrai sur ce terme qui caractérise une mutation de la *gamification* (cf. chapitre 3, p. 153).

⁹ A l'issu du chapitre 3, la *gamification* est revue dans une dimension plus globale en s'appuyant sur le concept de phénomène total de Marcel Mauss. Il est alors proposé de la rebaptiser à l'image de l'idéologie néolibérale qu'elle supporte « la société du jeu total ».

Après cette brève introduction permettant de situer la *gamification* dans la société contemporaine, il est nécessaire d'interroger en profondeur ce phénomène pour en révéler le caractère de « processus ». Ce mouvement qui envahit peu à peu le quotidien de l'individu contemporain se révèle être pris dans une longue tradition lorsque l'on observe l'histoire du jeu. Quel est donc le contexte d'apparition spécifique de la *gamification* et en quoi peut-il aider la création conjointe à cette recherche ?

1.2 Des anecdotes des prédicateurs de la gamification à une trajectoire historique

L'objet de ce chapitre n'est pas de faire une histoire exhaustive du jeu dont le travail d'une thèse ne suffirait pas à lui seul à en recouvrir la totalité et excèderait la problématique abordée ici – à ce sujet les travaux de Jean-Marie Lhôte sont ici cités à plusieurs reprises. Ce n'est d'ailleurs pas uniquement à l'histoire du jeu qu'il est fait référence, mais plutôt aux considérations philosophiques et institutionnelles du jeu au cours de l'histoire occidentale car la *gamification*, malgré son caractère contemporain, y est bel et bien affiliée. Quelle est donc la valeur du jeu au fil de l'histoire occidentale ? Comment devient-il petit à petit un modèle pour l'individu contemporain ? Dans une démarche généalogique¹⁰, c'est l'évolution des regards posés sur le jeu qui est observée, non pas pour chercher les origines, mais plutôt pour montrer que la *gamification* s'inscrit dans un processus qui a toujours existé : celui du détournement du jeu dans une fonction sérieuse et sa dissémination dans des domaines non dédiés au divertissement.

Comme le souligne Sébastien Deterding, il est primordial de se tourner vers l'histoire pour modérer les revendications de nouveauté de ce phénomène¹¹. L'instrumentalisation du jeu n'est pas contemporaine. Si ce mouvement d'une ampleur mondiale se construit à partir des nouvelles technologies, des médias et des jeux vidéo, de nombreux partisans de la *gamification* le resituent dans l'histoire par le moyen de récits épars. Par exemple, Gabe

¹⁰ F. NIETZSCHE, *La Généalogie de la morale*, trad. Isabelle Hildenbrand et Jean Gratien, Paris, Gallimard, 1971, §6, p. 14 : la méthode généalogique y est définie comme la recherche des conditions et des circonstances de la naissance des valeurs – pour Nietzsche il s'agit des valeurs morales de « bon » et de « méchant », elles seront substituées par la valeur de la gamification et du jeu – leur développement et leur modification.

¹¹ S. DETERDING, « The Ambiguity of games : histories and discourses of a gameful world », in. S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, Massachusetts, 2015, p. 26.

Zichermann, figure majeure de la *gamification*, CEO de *Gamification.co* et fondateur de l'événement annuel *Gamification Summit*, resitue la *gamification* comme un phénomène ancien faisant référence au domaine militaire. Dans la préface de *Gamification by Design*, sorti le même jour que *Reality is Broken* de Jane McGonigal, Gabe Zichermann précise que « *The military has been using games and simulations for hundreds (if not thousands) of years, and the U.S military has been a pioneer in the use of video games across branches* »¹². On peut notamment penser au jeu de *Go*, cité par Sébastien Deterding comme le premier exemple de *gamification*¹³. Ce jeu d'éveil à la stratégie militaire est très répandu au 5^e siècle avant J-C et aussi sous le règne des Han en 206 avant J-C¹⁴. Dans un autre de ses livres, plus récent, *The Gamification Revolution*, Gabe Zichermann donne un exemple plus précis : il cite l'invasion de l'Égypte par Napoléon au 18^e siècle, qui aurait organisé un jeu afin de stimuler la réflexion de ses troupes pour trouver une solution à la préservation de la nourriture dans des conditions climatiques difficiles¹⁵.

Jane McGonigal, elle aussi, situe dans l'histoire l'utilisation du jeu de manière sérieuse comme un phénomène plus ancien datant de l'invention même du jeu en Occident – ce qui laisserait sous-entendre que le jeu aurait toujours été utilisé dans une fonction de divertissement et de détournement de la condition humaine¹⁶. Jane McGonigal cite l'*Histoire* d'Hérodote, selon qui, les jeux – de dés essentiellement – étaient utilisés en Lydie pour maintenir la sérénité du peuple face à la famine aux alentours du 15^e siècle avant J-C. Pendant dix-huit ans, le jeu venait un jour sur deux substituer la nourriture. Le Roi Atys, en utilisant des ressorts ludiques aurait permis, en divisant son peuple par tirage au sort, à une première équipe de partir vivre hors des frontières du pays, laissant l'autre équipe avec suffisamment de nourriture¹⁷.

¹² G. ZICHERMANN, C. CUNNINGHAM, *Gamification by Design, Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*, Préface, O'Reilly Media, Sebastopol, Californie, 2011, p. IX.

[Traduction] L'armée a utilisé les jeux et les simulations depuis des centaines (si ce n'est des milliers) d'années. L'armée américaine a été pionnière dans l'utilisation des jeux vidéo dans plusieurs de ses divisions.

¹³ S. DETERDING, *op. cit.*, p.27.

¹⁴ J-M LHÔTE, « Dictionnaire des jeux », « Go », *Histoire des jeux de société*, *op. cit.*, p. 491.

¹⁵ G. ZICHERMANN, *The Gamification Revolution*, McGraw-Hill, New-York, 2013, p. 5.

¹⁶ A ce sujet, Sébastien Deterding souligne que la *gamification* ne dénature pas le jeu. Celui-ci s'est toujours doté de fonctions, comme il en est question dans le chapitre 4.

¹⁷ HERODOTE, *Histoire*, livre I, XCIV, traduction Larcher, 1850, Paris.

Aucun de ces prédicateurs de la *gamification* ne la restitue dans une trajectoire historique plus conséquente permettant d'attester d'une réelle dimension de l'instrumentalisation du jeu. Ils ne semblent pas prendre en considération l'évolution du concept de jeu et ses différentes utilisations tout au long de la civilisation humaine. Pour faire apparaître l'émergence de la *gamification*, il faut la resituer dans un processus historique complexe. Ces récits ont valeur d'anecdotes, certes intéressantes et importantes pour comprendre et imaginer ce qui inspire un tel phénomène – notamment chez ses propres prédicateurs – mais ils ont en tant que tels une faible valeur scientifique. Son processus de formation convoque différents champs de recherche : philosophique et historique autour du jeu et du jeu vidéo, sémantique autour du « *fun* » et du « *play* » dont la meilleure illustration est, pour le propos, les *management studies*¹⁸. Pour cela, il faut se pencher vers des historiens critiques du jeu comme Jean-Marie Lhôte et des penseurs critiques de la *gamification* comme Nick Yee (chercheur au centre Palo Alto en Californie), Mark Blythe (chercheur en sciences politiques à l'Université d'Alberta), Donncha Kavanagh (professeur et directeur du Centre pour l'Innovation, la Technologie et l'Organisation), Mark. J. Nelson (chercheur en sciences informatiques), Peter Fleming (professeur en école de Commerce et Management), Niels Åkerstrøm Andersen (professeur en politique et philosophie) ou encore Sébastien Deterding – qui procède à une première généalogie de ce mouvement en guise d'introduction de l'ouvrage collectif notoire *The Gameful World*. C'est au croisement de ces différentes études, dont il est question dans ce chapitre et le suivant, qu'il est possible d'esquisser les différentes sources qui alimentent la *gamification*. Bien entendu, il n'est pas fait ici l'étude exhaustive de ces différentes trajectoires. Ce sont les points les plus significatifs qui sont mis en exergue par souci de synthèse et de sens.

¹⁸ La *gamification* est essentiellement apparue dans le domaine du *management* comme technique de motivation des employés en entreprise.

1.3. Dialectique du jeu : valorisation d'un jeu sérieux

Pour comprendre comment le jeu a été considéré d'un point de vue philosophique, l'étude de Colas Duflo, professeur de littérature, permet de donner une vision globale d'une dialectique récurrente entre dépréciation et valorisation. Son livre, *Le Jeu de Pascal à Schiller* révèle comment le jeu s'est retrouvé pris entre interdits et encouragements. Cette dialectique est révélatrice d'une utilisation du jeu comme moyen de production. Colas Duflo souligne que chez Thomas D'Aquin, Pascal, Leibniz ou encore Rousseau, le jeu va toujours avoir une valeur de moyen et jamais de fin en soi¹⁹. Au Moyen-Âge, chez Thomas d'Aquin, le jeu est considéré comme vertueux dès lors qu'il permet l'exercice de sa raison ou de son corps. Dans son commentaire de l'*Ethique* d'Aristote, Thomas d'Aquin retranscrit une dimension divine du jeu s'il se situe dans un « juste milieu », évitant l'écart des vices de l'excès ou du défaut²⁰. Selon Colas Duflo, le jeu comme fin en soi sera toujours considéré comme contre-productif entrant dans des décrets d'interdictions en France par exemple²¹, à cause des comportements nuisibles et blasphématoires qu'il entraîne²². Cette représentation du jeu vertueux est toujours celle d'une instance supérieure, divine, politique ou morale qui ordonne un contrôle de sa pratique. C'est donc un jeu à la dimension sérieuse, éthique et intellectuelle, à la forme noble qui est valorisé et autorisé par le pouvoir. Son caractère édulcorant et adoucissant est aussi encouragé. Il est comme le « miel blond et sucré », cité par Lucrèce, que les médecins déposent aux bords des coupes pour faire boire aux enfants des remèdes amers. « [...] ainsi le jeune âge imprévoyant, ses lèvres trompées par la douceur, avale en même temps l'amer breuvage et, dupé, pour son bien, recouvre force et santé »²³. Ce moyen pédagogique permettant d'édulcorer pour dissimuler l'amertume est repris dans les théories de l'éducation sous la forme du « masque du jeu » par Erasme dans le *Declamatio de pueris statim ac*

¹⁹ Les relations entre le jeu et les différentes formes d'autorités spirituelle, morale ou politique seront abordées dans le chapitre 4. Cf. p. 190. Sera concentré ici le développement du jeu chez des grands penseurs philosophiques.

²⁰ J. LAUAND, « Le Jeu dans la pensée de Thomas d'Aquin », (trad. Guy Delaporte), Colloque internationale des Humanités, Barcelone, 2011.

²¹ Selon C. DUFLO, *Le Jeu, De Pascal à Schiller*, Paris, PUF, 1997, p. 18, les jeux d'argent et de hasard sont interdits car l'argent y est désinvesti de sa signification, celle du travail humain. J-M. Lhôte relève aussi ces interdictions, dont celle du décret de 1539 en France, concernant les maisons de jeux qui pratiquaient la loterie, p. 352.

²² *Ibid.*, p. 15.

²³ LUCRECE, *De Rerum Natura*, I, 935-947, (éd. et trad. A Ernout), in. M. ARMISEN-MARCHETTI M, « Le Miel de Lucrèce : poétique, rhétorique et psychologie de la persuasion dans le De Rerum Natura », Vita Latina, n°134, p. 16.

liberaliter instituendis, et comme ayant une finalité secrète²⁴ dans *Emile ou de l'Education* de Jean-Jacques Rousseau²⁵.

Le Masque du jeu et le Maître Hasard

Cette idée est mise en scène dans *L'Envers du Décor* sous la forme d'une entité. Derrière le masque du jeu ce qui apparaît, c'est un « Maître du jeu », un meneur de jeu, qui surveille les formes ludiques dispensées. Reprendre cette figure du Maître du jeu n'est pas anodine. Dans le milieu des joueurs de jeux de rôles sur table – aussi appelés rôlistes – elle est dominante. Le jeu de rôle le plus connu est certainement *Dungeons & Dragons*, créé en 1974 par Gary Gygax et Dave Arneson. Inspiré des jeux de guerre (*wargames*) dont le rôle est essentiel dans le processus historique de la *gamification*²⁶, les jeux de rôles proposent aux joueurs d'incarner des personnages imaginaires aux compétences spécifiques – connaissance dans divers domaines, charisme, *bluff*, concentration, etc. – qui pourront évoluer au fil de la partie. Les joueurs doivent alors se conformer à leurs capacités et à la personnalité du personnage incarné. Le Maître du jeu, quant à lui, contrôle le scénario, les rebondissements narratifs et les combats. Il représente le gardien des règles implicites, c'est-à-dire des règles qui ne sont pas connues par les joueurs, mais que ceux-ci peuvent déduire par l'expérience du jeu. Le Maître du jeu n'est pas celui qui décide et gouverne la partie, il est comme les autres joueurs soumis aux hasards, à l'*aléa*. Pour cela, les combats et les décisions sont joués aux dés. Le dé devient, alors, le représentant de la fortune des joueurs. Dans le cadre de la *gamification*, la figure du Maître du jeu, qui est aussi proche de celle du *game designer*, de celui qui construit l'expérience ludique, devient celle d'un « *gamifier* »²⁷ (un « gamificateur » tel qu'il est analysé au chapitre 5). Figure de l'imposture ludique, cette entité représentée dans l'univers de *L'Envers du Décor* porte les symboles l'hyperrationalité qui se déguise derrière le hasard et le jeu. Ce personnage, mystérieux, puisque masqué, fait autorité à la fois sur le plan religieux et politique dans le contexte narratif du jeu. Il est aussi une figure du contrôle, déguisé et doux, qui s'attache à vérifier que chacun des habitants de ce monde ludique effectue bien ses activités ludiques quotidiennes.

²⁴ C. DUFLO, *op. cit.*, pp. 72-73.

²⁵ Ce masque du ludique est aussi repris chez Pascal comme le met en avant Colas Duflo. Le chrétien parfait, heureux par la piété, crée le jeu qui amène le joueur, heureux par le ludique, vers Dieu. p. 43.

²⁶ Cf. chapitre 2, p. 72.

²⁷ Le terme de « *gamifier* » apparaît dans l'article de Ian Bogost, « Why gamification is bullshit », in. S. WALZ, S. DETERDING, *The Gameful World*, *op. cit.*, p. 72.

La posture de ce Maître du jeu est volontairement ambiguë. Soumis à l'*aléa*, il se trouve pris dans un système plus global dont il n'est que l'animateur, lui-même soumis à d'autres règles, à d'autres lois qu'il ne maîtrise pas, bien que sa vision soit déjà plus étendue que celle des autres personnages du jeu, y compris de celle du joueur dans un premier temps. La symbolique du dé est réutilisée mais aussi détournée, à l'image des dés pipés venant déséquilibrer la partie et désavantager certains joueurs. Pour faire ressortir les deux facettes de ce personnage, à la fois soumis au hasard et calculateur lui-même – puisque détenant en partie les règles - il me fallait choisir les bons symboles :

- 1) Fortuna, de la mythologie grecque, présente les symboles de la roue et d'un foulard bandé sur les yeux (Cf. figure 2.2) – qui sera ensuite attribué à Thémis, déesse de la justice. Le foulard est un élément dont il est possible d'en inverser le sens. Noué sur une partie de sa tenue, autre que les yeux, il symbolise la connaissance mais aussi la partialité d'un jugement.
- 2) Le dé, quant à lui, sous la forme d'un chapeau, représente la sagesse ou la folie comme le met en lumière Jean-Marie Lhôte dans la figure de *Pernicia* de Cesare Ripa ou encore dans *Triptyque du jardin des délices* de Jérôme Bosch (Cf. figure 2.3).

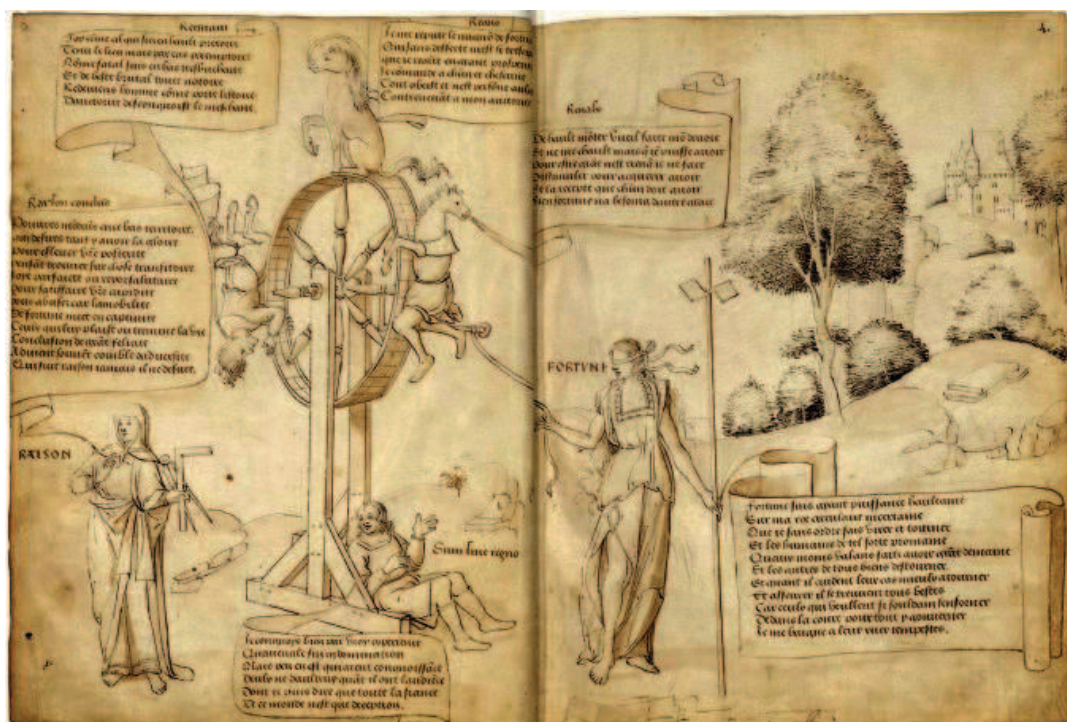


Figure 2.2 Représentation de Fortune à droite, les yeux bandés et tournant la roue, et de Raison à gauche, *Recueil de 131 tableaux ou figures*, tant dessinées au trait et ombrées que peintes, BnF, Bibliothèque de l'Arsenal, Notice créée à partir de la conversion rétrospective du catalogue des manuscrits de la Bibliothèque de l'Arsenal par Henry Martin, tome cinquième, Paris, Plon, Nourrit et Cie, 1889.

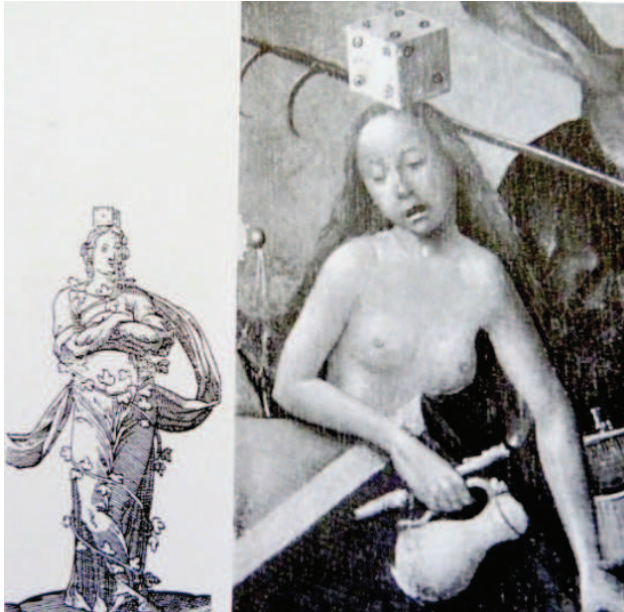


Figure 2.3 A gauche, *Pernicia* de Cesare Ripa. A droite, Jérôme Bosch, agrandissement du *Triptyque du jardin des délices*. Les deux images sont extraites du livre de J-M Lhôte, *Histoire des jeux de société* p. 41

Masque, foulard, chapeau en forme de dés laissent apparaître un personnage haut en couleur et excentrique. Le masque du jeu prend corps et s'habille ici de symbolique réunissant les significations ambiguës du hasard et de la raison. Cette association n'est pas sans faire écho à la spéculation boursière qui alimente la thématique du premier niveau de jeu. En effet, ce masque du jeu évolue en fonction des différents chapitres du jeu, faisant à chaque fois apparaître des traits caractéristiques de la *gamification* dans ses relations avec la société contemporaine. Dans ce niveau, il s'agit du personnage du Maître Hasard qui, dans une antinomie recherchée, vient tour à tour refléter l'*aléa* et le calcul, à l'image de probabilités truquées.



Figure 2.4 Jason Khoury, Thomas Di Folco, Claire Siegel, première représentation du *Maître Hasard*

Le masque devient aussi littéral. Le choix d'un masque trivial, souriant, apposé sur ce personnage renvoie à plusieurs aspects de la *gamification*. Il exprime l'idée de fête et de carnaval. Il est aussi représentatif du jeu, mais sa symbolique est surtout celle de l'imitation

du jeu. Celle-ci trouve sa justification dans la suite du chapitre car la *gamification* prend les traits du jeu afin de dissimuler des « finalités secrètes » pour reprendre la formule de Rousseau. Ce personnage ne dévoile pas son identité, pouvant aussi faire apparaître le masque comme un objet suspect pour le joueur. Le personnage du Maître Hasard qui se tient derrière le masque n'est pas incarné. Jamais on ne peut le rencontrer car il est omniscient et omniprésent sous la forme de sculptures, de statues et de publicités. Son existence est semblable à celle de *Big Brother* de 1984, de George Orwell, mais ici au visage souriant et aux allures de Dandy. Celles-ci font référence à la personnalité de George Brummell qui, selon Jean-Marie Lhôte « invite à s'interroger sur les relations entre le dandysme et le jeu »²⁸. Pris par la passion du jeu, George Brummell est une figure emblématique du 18^e et 19^e siècles, décrite par Jules Barbey D'Aurevilly comme « le souverain futile d'un monde futile »²⁹ qui participe à la construction du personnage du Maître Hasard.



Figure 2.5 Peinture de George Brummel, dit Beau Brummel, origine inconnue

De nombreuses autres références parcourent l'élaboration de ce personnage, témoignant de traits caractéristiques de ce mélange de valeurs et de cette personnalité difficile à saisir que l'on trouve représenté dans tous les imaginaires : jeux, films, séries télévisées et littérature.

²⁸ J-M. LHÔTE, *op. cit.*, p. 313.

²⁹ J. B. D'AUREVILLY, *Du Dandysme et de George Brummell*, Préface, Paris, Payot & Rivages, 1997, disponible en ligne (consulté le 04.06.15) à l'url suivant : http://fr.wikisource.org/wiki/Du_Dandysme_et_de_George_Brummell.



Figure 2.6 Les sources de l'élaboration de la figure du Maître Hasard, citées en partant d'en haut à gauche, lecture de gauche à droite, Vault Boy de Fallout (développement Bethesda Softworks, 1997), Lord Baelish de la série TV Game Of Thrones (créée par David Benioff, D.B. Weiss et l'auteur des romans Georges R. R. Martin, 2011), Maxwell de Don't Starve (développement Klei Entertainment, 2013), la mascotte du Monopoly (Charles Darrow, 1935), Tony incarné par Heath Ledger dans L'Imaginarium du Docteur Parnassus (réalisation Terry Gilliam, 2009) Handsome Jack de Borderland (développement Gearbox Software, 2K Games, 2009), Joker dans Batman (réalisation Tim Burton, 1989).



Figure 2.7. Jason Khoury, Thomas Di Folco, Claire Siegel, concept art du Maître Hasard

2. Deuxième trajectoire historique : des wargames à la culture du fun en entreprise

2.1 Rationalisation du jeu

Le jeu est toléré dans une forme sérieuse qui se différencie de la débauche ludique des maisons de jeux, des jeux libres, enfantins ou des jeux de hasard. Cette dimension sérieuse va largement être adoptée suite au développement du calvinisme en Europe. Le jeu doit être orienté vers des fonctions telles que le travail, l'utile et l'éducation qui sont supposés venir se substituer à toute aspiration ludique³⁰. Le jeu libre, et celui faisant appel à l'*aléa*, est considéré comme diabolique³¹. Cette restriction de la dimension ludique ne va pas empêcher la naissance d'une passion de plus en plus grande pour lui. Au contraire, la dimension d'interdit fait du jeu le fruit défendu et tentateur qu'on ne peut s'empêcher de goûter. Selon Jean-Marie Lhôte, ce n'est qu'à partir des années 1850 qu'une industrie du jeu, reconnue, apparaît. Celle-ci voit le jour à travers les frères Louis et François Blanc, hommes d'affaires à l'image des premiers *traders* à la bourse de Bordeaux, et promoteurs immobiliers. Leur rôle est considérable dans le développement des casinos. Les frères Blanc ont fondé le casino de Monte-Carlo et de l'hôtel de Paris. Ces évolutions des maisons de jeux démocratisent les pratiques ludiques et conduisent à leur adoption sous une forme institutionnelle. Les jeux de casinos traduisent ce changement de considération du jeu. Comment s'opère ce changement de mentalité et, surtout, quels facteurs viennent prendre place et retranscrire cette évolution de la considération jeu ?

Si au début du 19^e siècle l'industrie naissante des jeux de casino n'est pas encore prise au sérieux, les politiques vont commencer à s'y intéresser : ces lieux ludiques concentrent et génèrent beaucoup de capitaux. Cette prise de conscience va entraîner, à la même époque, leur acceptation puis leur réglementation. Egalement, le marché du livre de jeu se développe³². L'un des ouvrages les plus connus établissant les règles des jeux voit le jour à Philadelphie en 1796, puis en 1830 : il s'agit du *Hoyle's Games*³³. Avec ce changement de mentalité, les jeux deviennent des activités réglées, normées, ordonnées permettant de mettre de côté leur

³⁰ J-M LHÔTE, *op. cit.*, p. 312.

³¹ *Ibid.* p. 328.

³² M. ZOLLINGER, « Homo Ludens Homo Legens », in. *Jeux de Princes, Jeux de Vilains* sous la direction d'Eve Netchine, Bibliothèque nationale de France, Seuil, 2009, p. 68. Le marché du livre de jeu se développe à partir du 16^e siècle. Cf. Annexe, figure A.1, *Traité du Piquet* p. 488.

³³ J-M LHÔTE, *op. cit.*, p. 328.

précédent caractère profane, chaotique, voire diabolique. Ce développement des jeux s'inscrit bien dans le processus du désenchantement du monde déjà cité dans le chapitre 1. Les jeux deviennent objet de la raison et du calcul. Cette considération d'un jeu rationalisé ne signifie pas qu'auparavant les jeux n'étaient pas constitués de règles. Ici c'est la dimension institutionnelle qui permet de les redéfinir comme des activités réglées. Le jeu est réglementé, gouverné par des lois, normalisé dans les établissements autorisés. Il est tout à fait possible de voir, dans cette réglementation des jeux, un équilibre de leur nature hasardeuse. L'*aléa* est lourd d'un passif qui le regarde d'un mauvais œil car il est considéré comme venant défier et remettre en question les lois humaines, sociales, un ordre établi, hiérarchique, qui peut à tout moment faire basculer les plus riches vers des strates moins nobles et les plus pauvres vers des sphères plus hautes.³⁴

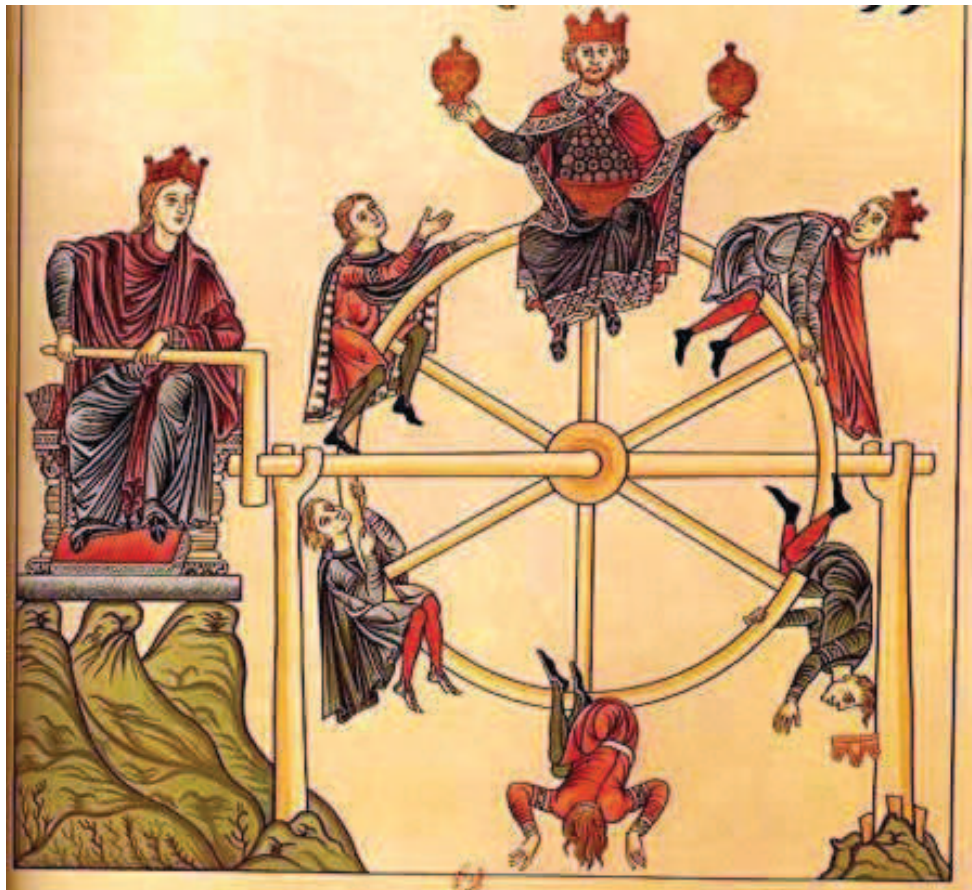


Figure 2.8 Enluminure de l'*Hortus Deliciarum*, 12^e siècle, Encyclopédie de l'abbesse Herrade de Mont Saint Odile : on y voit Fortuna sur un trône à gauche, tourner sa roue. Elle représente la cupidité des hommes et la recherche d'une gloire futile.

³⁴ Cette idée d'équilibre entre la part d'*aléa* du jeu et les règles s'incarne dans la figure du Maître Hasard précédemment présenté. Il véhicule la rationalisation du jeu qui perdure et s'installe dans la *gamification*.

Cette rationalisation du jeu se poursuit sous la forme de la théorie des jeux proposée par Jon Von Neumann au début du 20^e siècle. Elle est révélatrice des prémisses d'une société séduite par le ludique.

[...] la théorie des jeux propose une quantification totale, non seulement des univers économiques et sociaux mais aussi – pourquoi pas – politiques, avec en point de mire les énergies intérieures gouvernant l'homme lui-même.³⁵

Theory of Games and Economic Behavior publié en 1944 par Oskar Morgenstern et John Von Neumann, reprend les précédentes fondations. Selon Jean-Marie Lhôte, ce travail donne au jeu ses lettres de noblesse, l'éloignant de son caractère trivial puisque allié aux sciences exactes, mathématiques et économiques³⁶. Le jeu devient de plus en plus rationnel : son caractère obscur et diabolique s'envole en même temps qu'il devient prédictible et qu'une science s'en empare pour en percer les ressorts.

2.2 Séparation et réconciliation du jeu et du travail : au-delà du temps libre

Cette évolution de la valeur du jeu n'en fait pas pour autant un modèle de vie dans la société du 19^e siècle. Celui-ci doit être pratiqué sur le temps libre des individus. Ce temps dit « libre » est nouveau, il reflète pour partie la société industrielle, et il ne concerne pas les mêmes classes sociales. Jean-Marie Lhôte, dans *Histoire des jeux de société*, reprend le discours d'André Malraux sur les loisirs et la culture, prononcé lors de l'inauguration de la Maison de la culture d'Amiens en 1966. Avant, il n'y avait pas de « temps vide ». Il y avait des fêtes religieuses. « Le temps vide, c'est le monde moderne ». André Malraux fait ici référence à la révolution industrielle, au temps du machinisme et du progrès technique, à l'expansion de l'industrie, de la croissance, de la cadence et de la création d'une classe prolétaire laborieuse qui travaille dans les usines³⁷. La révolution industrielle a créé le temps vide, celui du « loisir » et non du religieux puisque celui-ci s'efface continuellement au nom

³⁵ J-M. LHÔTE, *op. cit.*, p. 356.

³⁶ J-M. LHÔTE, *op. cit.*, p. 356.

³⁷ F. ENGELS, *La situation de la classe laborieuse en Angleterre*, traduction P. Backe et P-J. Berthaud, Paris, Mille et une nuits, 2009.

de la rationalisation du monde. Le loisir devient pour la classe bourgeoise l'expression d'un statut social prestigieux. Il est significatif du progrès³⁸.

C'est un temps libre dont la société accepte l'existence qu'elle assume de certaine manière. D'un côté la société revendique son tribut de temps utilitaire par le travail et elle remercie l'individu en lui permettant de s'intégrer au corps social, d'un autre côté, elle accepte des mises en congés là où l'homme pourra respirer dans ses préoccupations familiales y compris le jeu.³⁹

Au 19^e siècle, le jeu reste séparé du travail. Rien ne semble pouvoir réunir ces deux activités. L'article de Donna Kavanagh, « Work and play in management studies : a kleinian analysis » retrace l'histoire des relations entre le jeu et le travail du point de vue des études managériales. On y retrouve l'idée puritaine d'un jeu « mauvais », objet de frustration en opposition au travail qui lui va avoir une « bonne » figure, gratifiante. Ces termes de « bon » et de « mauvais » font référence aux travaux psychologiques de Mélanie Klein, selon qui, le nouveau-né qualifie de bon et de mauvais, le même objet – le sein de la mère – en fonction de la complétion qu'il apporte par l'assouvissement d'un besoin ou de la frustration par son absence. Le jeu n'est pas considéré comme nourricier, contrairement au travail. Il n'est pas ce qui permet d'être assouvi, mais il est plutôt ce qui génère de la frustration et du malheur. Cette idéalisation du travail comme salvateur, comme un « bon objet », est véhiculée dans les études managériales qui apparaissent au milieu du 19^e siècle⁴⁰. Cette délimitation distincte des sphères du travail et du loisir est propre à l'apparition de la bourgeoisie. Le travail doit s'effectuer dans un lieu spécifique qui ne se mélange pas aux affaires du quotidien. En cela, il possède un caractère sacré. Son lieu d'exercice n'est plus le domicile comme c'était le cas auparavant.⁴¹ Cette séparation du travail et du jeu est véhiculée par la figure emblématique de la réduction du temps de travail et du promoteur automobile, Henry Ford en 1922, comme en atteste ses propos :

³⁸ On retrouve aussi cette idée dans les prolégomènes « Les loisirs entre libération, éducation et aliénation » de l'ouvrage de Laurent TREMEL, *Jeux de rôles, Jeux vidéo, multimédia, Les faiseurs de monde*, Paris, PUF, 2001, p. 8.

³⁹ J-M LHÔTE, *op. cit.*, p. 68.

⁴⁰ D. KAVANAGH, « Work and play in management studies : a kleinian analysis », in *Ephemera* « Work, play and boredom », vol. 11, n°4, 2011, p. 341.

⁴¹ *Ibid.* p. 344.

*When we are at work we ought to be at work. When we are at play we ought to be at play. There is no use trying to mix the two. The sole object ought to be to get work done and get paid for it. When the work is done, then play can come, but not before.*⁴²

Henry Ford joue un rôle considérable dans le développement des loisirs, et par eux dans le développement du capitalisme. Pour lui, les employés de ses usines devaient aussi être des consommateurs dans leur temps libre⁴³. Pour combler le « temps vide » lié à la mécanisation, à l'automatisation et aussi à la meilleure gestion du travail, c'est le jeu qui est le meilleur candidat. Ce jeu est tout autant un état d'esprit qu'une activité puisque Ford, dans cette citation, utilise le terme « *play* », et non « *game* », faisant référence à l'attitude ludique. Le jeu dans sa fonction se substitue au sacré pour compenser le désenchantement du monde. Il va doucement dépasser les sphères du loisir, dans lesquelles il se trouvait jusque-là consigné, pour s'imbriquer dans de nouvelles sphères, notamment le travail dont il était pourtant bien dissocié⁴⁴. Deux exemples d'une première interpénétration du ludique et du travail sont les foires bovines et les jeux de guerre.

Le premier est analysé dans l'étude sémantique de Niels Åkerstrøm Andersen. *Power at Play, The Relationship between play work and governance* s'intéresse aux raisons de l'expansion du jeu dans le privé, le public et les organisations depuis une vingtaine d'années. La première apparition sémantique d'une collaboration du jeu et du travail se fait dans un premier temps de manière sporadique vers 1860, au Danemark, au sujet de compétition lors de foires d'élevage de bovins. Il est possible de relever que l'apparition de ces foires est caractéristique du développement de la révolution industrielle permettant de meilleures conditions d'élevage et atteste de la mise en place d'un échange économique dans une logique de marché élargie⁴⁵. Ces foires d'exposition devaient montrer leur meilleur produit, leur

⁴² H. FORD, *My Life and Work*, chapitre VI « Machines and Men », E-book produit par Marvin Hodges, Tom Allen, Eric Eldred, Charles Franks, Blackmask Online, 2002, p. 38.

[Traduction] Quand nous sommes au travail, nous avons le devoir d'être au travail. Quand nous nous distrayons, nous avons le devoir de nous distraire. Il n'y a aucune utilité à confondre les deux. L'objet prioritaire dont nous devons nous acquitter c'est de faire notre travail et d'être payé pour cela. Quand le travail est fait alors le jeu peut arriver, mais pas avant.

⁴³ H. FORD, « Why I favor five days' work with six days' pay », in *World's Work*, octobre 1926, pp. 613-616

⁴⁴ Cette note sert à préciser qu'il est difficile de conserver une trame chronologique sur l'évolution des valeurs du jeu, puisqu'apparaissent à différents endroits des signes d'un changement de mentalité et de place au sein de la société. Les dates permettent de resituer une période générale à l'intérieur de laquelle se bousculent différentes considérations qui seront traitées de la manière qui paraît la plus intelligible possible pour le lecteur, et qui fait sens dans l'idée d'une généalogie de la valeur du jeu au sein de la civilisation humaine occidentale moderne, industrielle et contemporaine.

⁴⁵ N. Å. ANDERSEN, *Power at Play, The Relationship between play work and governance*, Angleterre, Palgrave and MacMillan, 2009, p. 23.

technologie et leur maîtrise du métier. La dimension ludique apparaît au travers de la compétition entre les exposants et les prix accordés par un jury.

Le deuxième exemple important qu'il faut relever est celui du domaine militaire, précurseur dans cette imbrication du jeu et du travail. Dans son *Histoire des jeux de société*, Jean-Marie Lhôte précise que les jeux que l'on retrouve dans cette sphère sont à l'origine des jeux de simulation et des jeux de rôles. D'abord mis en scène sous la forme de jeux de plateaux, comme le jeu de *Go* ou les *Echecs* traitant de la conquête de territoire par le déploiement de stratégies, le domaine militaire va ensuite utiliser des simulations de cas concrets toujours sous la forme plus élaborée de jeux de plateaux⁴⁶. Johan Christian Ludwig Hellwig, professeur de mathématiques et de science naturelle à l'Académie militaire de Braunschweig, est le premier concepteur de *kriegsspiel* aussi appelé *wargames* (jeux de guerre) en 1780. Comme en attestent les croquis réalisés dans son livre de conception (Cf. *figure 2.9*) – aujourd'hui équivalent à un *game design document* – la mise en situation des stratégies militaires reste encore conceptuelle.

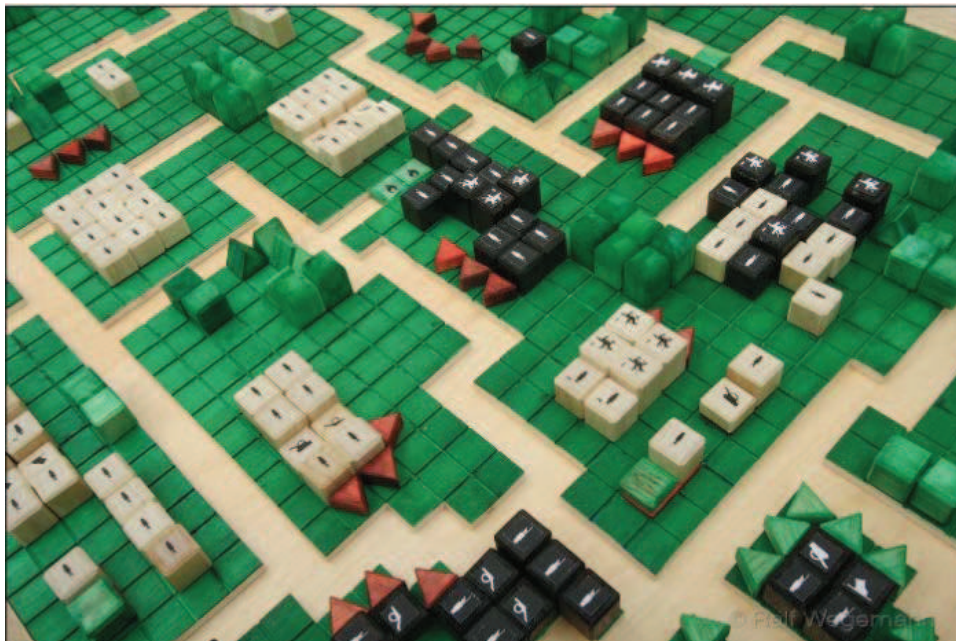


Figure 2.9 Ralf Wegemann, reconstruction du premier kriegsspiel de Johan Christian Ludwig Hellwig

⁴⁶ J-M. LHÔTE, *op. cit.*, p. 353.

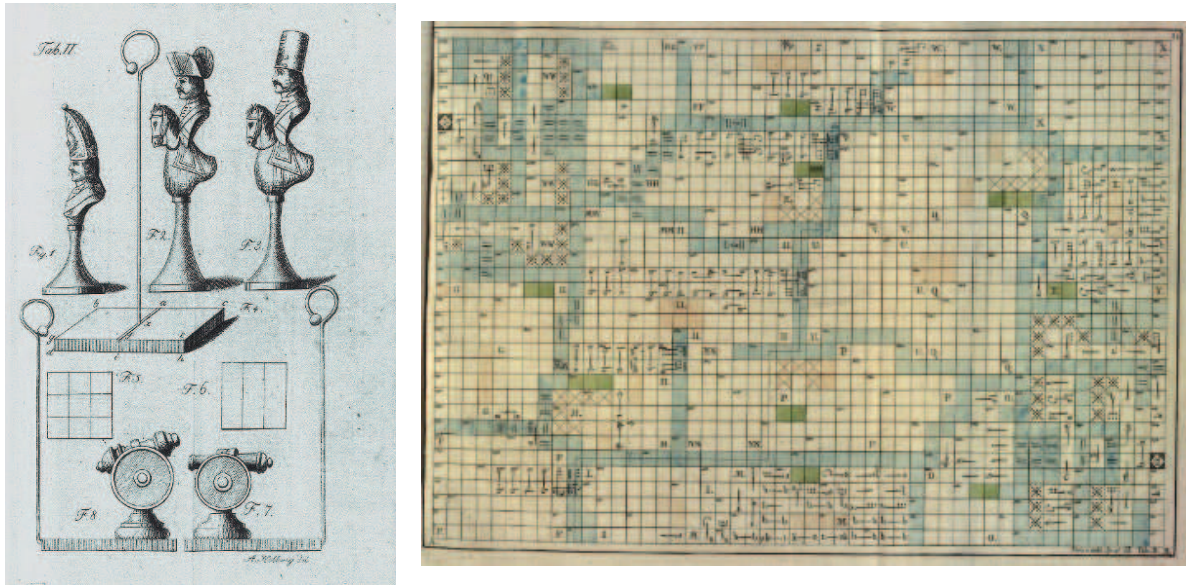


Figure 2.10 Johan Christian Ludwig Hellwig, *Versuch eines aufs Schachspiel gebaueten taktischen Spiels von zwey und mehreren Personen zu spielen, ébauches de modèle de pion et de carte pour le kriegsspiel, bibliothèque de l'Université de Braunschweig, 1780*

Ces jeux de guerre prennent aussi la forme de maquettes de plus en plus réalistes. Utilisés par Napoléon, celui-ci réhabilite l'art des reliefs afin d'améliorer l'aménagement de territoires récemment conquis⁴⁷.



Figure 2.11, Plan relief construit sous l'occupation française sous le premier Empire, Grand-duché de Luxembourg, construit entre 1802 et 1805, réparé en 1949, bois, papier, soie, métal, échelle : 1/600, dimensions 5.50x5.40 m, superficie 29,70m², Exposition La France en Relief, Grand Palais, Paris 2012

⁴⁷ Catalogue d'exposition, *La France en relief, Chefs-d'œuvre de la collection des plans-reliefs de Louis XIV à Napoléon III*, Paris, Réunion des musées nationaux, Grand Palais, 2012, p. 9.

La première et la seconde guerre mondiale, quant à elles, font apparaître que les meilleurs entraînements restent, malheureusement, les mises en situation réelles. Pour se rapprocher du réel, les premiers jeux de rôles apparaissent. L'agencement de conditions pratiques à l'extérieur permet d'acquérir de l'expérience par des simulations proches d'une vraie situation, tout en excluant la mise en péril de la vie des militaires. Ces premiers jeux de rôles militaires apparaissent finalement assez tard dans l'histoire des entraînements militaires et des « arts de la guerre » puisque ce n'est qu'en 1950 qu'ils voient le jour comme en attestent Jean-Marie Lhôte⁴⁸ et Niels Å. Andersen⁴⁹. Ces simulations réalistes vont participer à la dissémination du jeu dans de nouveaux domaines. Elles sont à l'origine des premiers jeux de *management* qui s'en inspirent et qui vont consolider un changement de position et de mentalité vis-à-vis du jeu⁵⁰.

2.3 Changement de paradigme : la nature ludique et compétitive de l'homme

La compétition mise en scène dans les foires bovines va devenir l'un des piliers de la valeur du jeu. Il s'agit de l'argument qui va être utilisé pour vendre les bienfaits du jeu. Aujourd'hui la compétition est considérée majoritairement comme une force qui permet de pousser l'individu au plus loin de son engagement physique et mental. On la retrouve dans les entreprises, entre les employés, dans le domaine économique, mais aussi éducatif à travers un système de notation poussant à se comparer aux autres, et potentiellement à s'améliorer. La compétition, comme essence du ludique, peut être retrouvée dans certains événements marquant une mutation de la considération du jeu. Les *wargames* par exemple sont eux aussi infusés de compétition et de performance entre les soldats. La compétition est, dans ces différents contextes, traitée comme ce qui permet d'engager les individus ou les joueurs. Immergés dans cette bataille exaltante, délimitée dans un cadre fictif, ce sont aussi des logiques de production qui apparaissent. Elles cherchent à faire émerger le « meilleur » élément, en excédant le strict domaine de la fiction.

En 1938, l'apparition de l'ouvrage notoire *Homo Ludens* de Johan Huizinga témoigne de l'évolution de la considération de la place du jeu. Ce livre est révélateur des tensions et

⁴⁸ J-M. LHÔTE, *op. cit.*, p. 353.

⁴⁹ N. Å. ANDERSEN, *op. cit.*, p. 32.

⁵⁰ Selon Laurent Trémel, *op. cit.*, p. 27, les *wargames* (jeux de guerre) sont à l'origine des jeux de rôles papier et ordinateur tels qu'on les connaît aujourd'hui.

contradictions qui se jouent dans la considération du jeu. Il propose de lui offrir une place d'honneur dans la vie des hommes. Ce changement de paradigme essentiel redéfinit le jeu depuis un ordre naturel, biologique, anthropologique et culturel. Le point de vue de Johan Huizinga révèle le développement d'une ère de l'« *homo ludens* » (l'homme ludique), « où la civilisation humaine s'annonce et se développe au sein du jeu et en tant que jeu »⁵¹. Son essai ne vise plus à distinguer le jeu du sérieux puisque « Tout jeu peut à tout instant absorber entièrement le joueur »⁵². Le jeu devient fonction de la culture et bien qu'il soit libre par essence, il s'accompagne dans ce cadre des notions d'obligation et de devoir⁵³. Il reste cependant encore séparé de la vie courante, puisque comme il a été vu, il possède un caractère sacré⁵⁴.

Huizinga va développer l'importance de l'*agôn*, c'est-à-dire de la compétition. L'*agôn* c'est le gain, la récompense en soi, qui n'a pas besoin de points ou d'autres compensations matérielles. L'*agôn* c'est « l'impulsion première, celle qui permet de surpasser les autres, d'être le premier, d'être honoré »⁵⁵. C'est l'élévation de l'homme, ce qui construit son aspiration. Cet instinct connaît un déploiement considérable à l'époque d'*Homo Ludens*, remarqué même par son auteur puisqu'il conclut : « Technique, publicité, propagande encouragent partout la compétition et rendent possible la satisfaction de cet instinct »⁵⁶. On le retrouve partout : l'homme est ludique, l'homme est agonal. Les deux termes sont de connivence. Cette perception biologique d'un homme à l'instinct de compétition se retrouve aussi dans le « socialisme compétitif » sous Lénine, en 1930, rapporté par Niels Å. Andersen, et plus précisément par Mark J. Nelson qui y voit les signes précurseurs de la *gamification*. L'objectif de ce système, lui aussi basé sur l'utilisation de la compétition comme jeu, est de substituer la motivation externe et monétaire par une motivation interne, basée sur la mesure de ses performances et leur valorisation par des éléments ludiques comme des médailles, des trophées, des classements⁵⁷. L'objectif n'était pas de remplacer la ressource monétaire mais de trouver comment engager les travailleurs et supprimer le caractère aliénant du travail en stimulant la nature compétitive de l'homme.

⁵¹ J. HUIZINGA, *Homo Ludens, Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, 1951, p. 11.

⁵² *Ibid.* p. 27.

⁵³ *Ibid.* p. 26.

⁵⁴ Cf. chapitre 1, p. 50.

⁵⁵ J. HUIZINGA, *op.cit.*, p. 91.

⁵⁶ *Ibid.* p. 319.

⁵⁷ M. J. NELSON, « Soviet and American Precursors of the gamification of work », *op. cit.*, p. 2.

Ces valeurs sont aussi celles du régime politique capitaliste qui s'illustre, entre autres, dans les *management studies* et le développement des jeux de gestion qui apparaissent dès 1950. Les jeux de stratégies militaires se déploient sur un nouveau terrain : la gestion des entreprises. Ces jeux sont eux aussi des mises en situations réelles sur plusieurs jours venant simuler des conditions concrètes que les participants peuvent vivre en accéléré. Selon Jean-Marie Lhôte, les premiers jeux de gestion sont nés dans les universités, d'abord en Californie avec *Intop* en 1956, puis à Harvard avec *Cogigate* en 1961. Ils arrivent en France à la Banque de Paris dans les années qui suivent avec le jeu *Ventura Game*. L'analyse sémantique de Niels Å. Andersen fait état elle aussi de l'émergence d'un discours international dans les études de *management* sur l'utilisation du jeu dans le domaine du travail. Le jeu est vecteur de l'idée d'un travail moins aliénant, plus agréable et plus performant. La fonction édulcorante du jeu se démocratise et prend appui sur un concept rehaussé par l'actualisation d'un nouveau sens : le « *fun* ».

2.4 La question du « fun »

La question du *fun* traduit, elle aussi, ce changement de paradigme sociétal, culturel et idéologique. Elle est la confirmation de l'ère de l'*homo ludens*. Son évolution sémantique et son adaptation dans les différentes sphères de la société contemporaine viennent marquer le dernier point charnière de cette généalogie, tant dans des sphères entrepreneuriales et du *management* que dans celles des imaginaires collectifs et des arts.

Walt Disney, symbole du rêve américain et de l'*american way of life*, consacre sa vie à l'industrie du loisir et du divertissement par la création de films, dessins animés et parcs d'attraction. Le film *Mary Poppins* en 1964, met en scène la chanson « A spoonful of sugar » dont les paroles ne sont pas sans rappeler celles de Lucrèce, dans une version plus moderne.

*In every job that must be done, there is an element of fun
You find the fun and snap, the job's a game
And every task you undertake becomes a piece of cake
A lark, a spree, it's very clear to see
That a spoonful of sugar helps the medicine go down⁵⁸ [...]*

⁵⁸ Walt Disney, *Mary Poppins*, 1964, Chanson « A spoonful of sugar »
[Traduction] Dans chaque travail qui doit être fait

Cette chanson est à l'image du film musical dont le scénario et la réalisation traitent de la dichotomie, déjà évoquée, entre le monde sérieux du travail – celui de Mr. Banks – et celui enchanté du jeu – représenté par les personnages des enfants, Mary Poppins et Bert. Ce film cristallise les nouvelles tendances et les tensions qui accompagnent le jeu, le loisir et le travail. Ici c'est la dimension ludique qui triomphera tout au long du film dans cette lutte entre le sérieux et le jeu : elle est à l'image du changement qui s'opère progressivement depuis les années 1930. « A Spoonful of Sugar » traduit la vision d'une époque qui s'illustre dans la personne et le travail de Walt Disney. Le projet EPCOT, cité au chapitre 1, incarne également cette idée, puisqu'il entremêle le divertissement, l'éducation et la technologie pour créer un univers alternatif, bien loin de la séparation distincte entre le jeu et le travail, antérieure et encore présente sous le fordisme. La séquence associée à la chanson de Mary Poppins révèle la dimension magique qui se trouve avec le « *fun* ». Elle est constituée de prouesses technologiques et d'effets spéciaux sur lesquels Walt Disney travaille depuis sa jeunesse⁵⁹ et dont le film *Mary Poppins* traite par le mélange de prises réelles et d'animation. L'extrait de la chanson ainsi brièvement analysé confère à la technologie une dimension à la fois magique, ludique et simplificatrice puisqu'en un claquement de doigt le travail se fait tout seul à l'image d'un jeu d'enfant. Le *fun* réveille les pouvoirs édulcorant du jeu. La cuillerée du sucre et le masque du jeu sont réinvestis avec une nouvelle force, révélatrice d'une « civilisation du loisir »⁶⁰, où ce ne sont plus les enfants qui jouent, comme c'était le cas avec Lucrèce et Rousseau, mais désormais les adultes.

Ce terme de *fun* est difficile à traduire en français car il est polysémique. Mark Blythe et Marc Hassenzahl en proposent l'étude sémantique. Si au 17^e et 18^e siècle, le mot *fun* possède une signification négative tournant autour de la moquerie et du caractère dégénéré d'une situation, il acquiert un sens plus positif au 19^e siècle⁶¹, soit à la même période que le développement et la dissémination du jeu en Europe et aux Etats-Unis. Selon ces deux

Il y a une part d'amusement

Vous trouvez l'amusement et claquez des doigts ! Le travail est un jeu

Et chaque tâche que vous entreprenez devient un morceau de gâteau

De la rigolade, une fête, il est très clair de voir

Qu'une cuillerée de sucre aide à faire passer la pilule [...]

⁵⁹ J-P. ISBOUTS (réalisateur), « Walt Disney, L'homme au-delà du mythe », Panthéon production, 2000.

⁶⁰ Jean-Marie Lhôte emprunte l'expression à Joffre Dumazier *Vers une société du loisir ?* écrit en 1962 et qui appelle à la remise en question des méthodes pédagogiques sociales ou politiques datant d'avant l'apparition du loisir, p. 68.

⁶¹ M. BLYTHE, M. HASSENZAHN, Chapitre 8 « The Semantic of Fun : differentiating enjoyable experiences », in. M. BLYTHE, K. OVERBEEKE, A.F. MONK, P.C. WRIGHT, *Funology, From usability to enjoyment*, Springer Netherland, Kluwer Academic Publishers, 2003, p. 92.

chercheurs, l'évolution du mot *fun* apparaît lors de la révolution industrielle et revêt un caractère revendicateur. Il est utilisé comme un mouvement d'opposition face à la rigidité rationaliste relative au désenchantement du monde et pour affirmer la nécessité de moments triviaux, dénués de dimension sérieuse⁶². Si le mot *fun* ne met pas tout le monde d'accord, car il est tantôt défini proche de la notion de plaisir, de sensations ou tantôt comme l'expression du dépassement d'un défi et d'une action, les prédicateurs de la *gamification* s'accordent tous à en faire un instrument puissant.

Pour Gabe Zichermann, le *fun* est une valeur « nouvelle » qui doit se situer dans le produit que l'on cherche à vendre. On ne mesure plus un produit à sa qualité et à sa performance mais à son niveau de *fun*. Ce changement d'attitude est selon lui irrémédiable. Le *fun* est la nouvelle métrique qui va garantir l'engagement. Lorsque Gabe Zichermann parle du *fun*, il fait d'ailleurs référence à *Mary Poppins*. Dans sa conférence donnée aux *Google Tech Talks* en 2010, « Fun is the Future : Mastering Gamification »⁶³, Gabe Zichermann utilise la métaphore de « A spoonful of sugar » pour montrer en quoi le *design* joue le rôle d'un leurre capable de faire passer le médicament. Le *fun* est comparé à une manière d'« activer le cerveau » qui va se répéter de jeu en jeu sans se soucier du thème abordé. Au contraire, Scott C. Rigby voit dans le *fun* quelque chose de plus subtil qui est difficile à activer, toujours dépendant de circonstances particulières et individuelles. Selon lui, dans son article « Gamification and motivation », les théories de la motivation intrinsèque font du *fun* un état émotionnel positif de plaisir ludique, un état mental de plaisir capable d'engager l'utilisateur. Il existe, toujours selon Scott C. Rigby deux types de *fun*⁶⁴. Le premier est celui de la neuropsychologie. Il relève les marqueurs de *fun* et de plaisir qui sont déclenchés à l'aide de neurotransmetteurs comme la dopamine – aussi appelée hormone du plaisir. Ces hormones apparaissent lorsque l'individu atteint un haut niveau de concentration, notamment lors de la résolution de problème. C'est la même idée que l'on retrouve chez Ralph Koster, dans *Theory of Fun*. Pour lui, le *fun* traduit l'idée de réussite d'un casse-tête : le cerveau valide par rétroaction l'aboutissement d'activités. Le cerveau est alors récompensé. Pour Ralph Koster, les états qui sont capables de délivrer ce *fun*, autrement dit ce dispositif cognitif

⁶² *Ibid.* p. 93.

⁶³ G. ZICHERMANN, « Fun is the Future : Mastering Gamification », *Google Tech Talks*, Octobre 2012, disponible en ligne (consulté le 25.05.15) à l'url suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=6O1gNVeaE4g>.

⁶⁴ S. C. RIGBY, « Gamification and motivation », in S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World*, op. cit., p. 116.

et hormonal, sont à la fois de l'ordre de la résolution de problème, de l'ordre esthétique, mais aussi de l'ordre viscéral ou social. Ainsi, il est difficile de se résoudre à catégoriser le *fun* comme une simple réaction neuro-chimique, de même que le plaisir dépasse la dimension du simple stimuli-réponse.

Le deuxième type de *fun*, selon Scott C. Rigby, s'incarne dans la théorie du *Flow* du psychologue hongrois Mihaly Csikszentmihalyi. Celle-ci se trouve citée dans chacun des traités sur le *fun*, possiblement à tort comme le souligne l'article de Mark Blythe et Marc Hassenzahl. Selon eux, le *fun* est une distraction, un plaisir volatile, alors que le *flow* est ce qui constitue le bonheur. Cette théorie développée dans les années 1990 propose de comprendre le bonheur comme un état, le « flow », c'est-à-dire un équilibre entre les capacités et le défi. Dans la vie de tous les jours, l'individu est heureux lorsque les tâches accomplies sont suffisamment difficiles, mais à sa portée (Cf. figure 2.12 : A1 et A4) – dans le cas contraire il connaît de l'anxiété (Cf. figure 2.12 : A2). Il éprouve de l'ennui lorsque les activités qu'il fait ne représentent pas de défis suffisants (Cf. figure 2.12 : A3). Cet équilibre est difficile à maintenir car nos capacités d'apprentissage augmentent sans cesse nos compétences.

Le *flow* reflète une activité autotélique dans laquelle l'individu perd toute notion de temps. Il répond à une vision du bonheur où « *a good life is one that is characterized by complete absorption in what one does* »⁶⁵. À l'inverse du *fun*, le *flow* est une absorption due à un effort et une concentration. Pourtant le *flow* reste une référence qui caractérise le *fun* surtout dans les jeux vidéo. Il y a derrière ces deux dimensions un oubli de soi, par détournement – la distraction du *fun* – ou par incorporation dans l'activité – le *flow*. Le joueur est aussi libre de basculer dans le *fun* ou le *flow* en fonction de la manière dont il s'investit dans son activité. Le jeu peut être survolé ou pris au sérieux.

⁶⁵ J. NAKAMURA, M. CSIKSZENTMIHALYI, « The Concept of flow », in. C.R. SNYDER, J. LOPEZ SHANE, *Handbook of positive psychology*, New-York, Oxford University Press, p. 89.
[Traduction] une bonne vie est une vie caractérisée par une absorption dans ce que l'on fait.

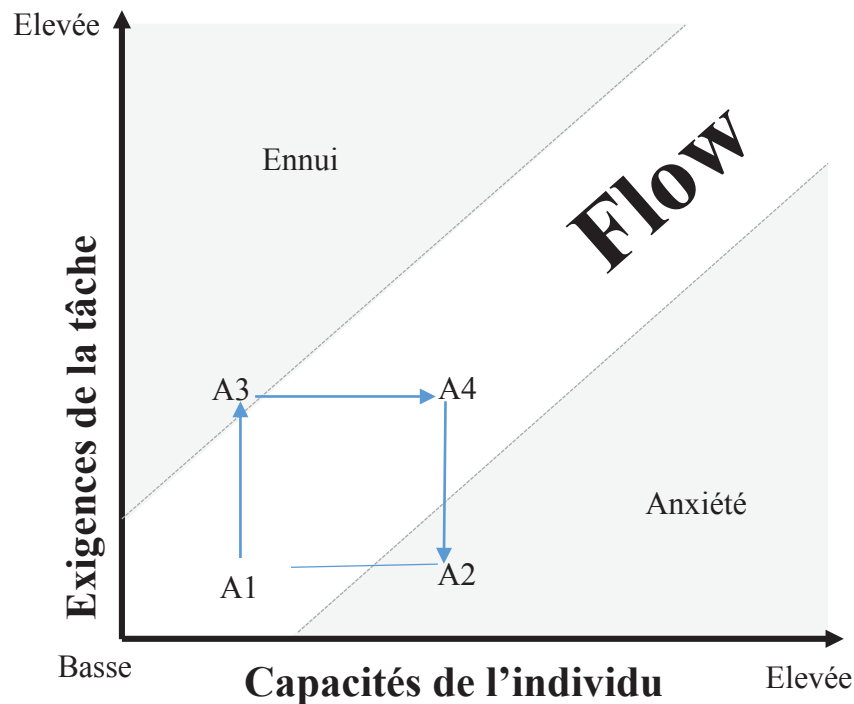


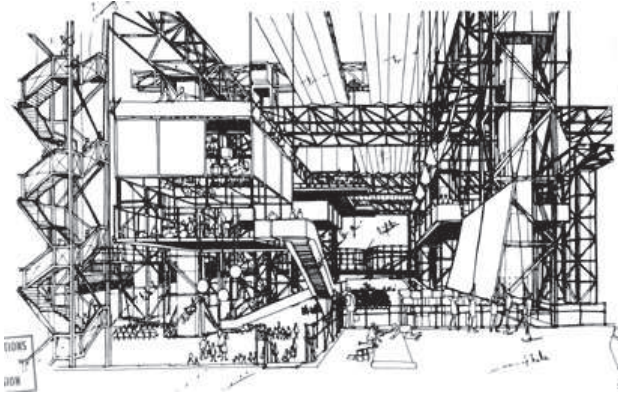
Figure 2.12 Mihaly Csikszentmihalyi, schéma de l'expérience optimale, 1990⁶⁶

Le *flow* apparaît comme un idéal. Il prend naissance dans les jeux, dans le travail, dans les activités artistiques. Si le *fun* peut se transformer en *flow*, celui-ci ôte la capacité d'une activité à être autotélique car sa logique implique l'ajout d'une couche de récompense supplémentaire. Le *fun* ne peut donc pas être le synonyme du *flow*, ni-même du plaisir plus complexe dans ces formes. Le *fun* traduit un sentiment d'amusement pouvant aller de l'excitation, exaltée ou plus modeste. Il revêt également le caractère jouable d'un objet réel ou virtuel. Ce caractère jouable signifie que l'objet est doté d'une propriété qui le rend attractif et potentiellement ludique⁶⁷. Le *fun* ne se détache pas totalement de son origine sémantique, à savoir son caractère trivial et superficiel. L'importante confusion entre le *fun* et le *flow* traduit une perspective de nos jours bien plus axée sur les loisirs que sur le *flow* qui lui regorge de l'idée d'effort et de travail. C'est donc là aussi une évolution de la valeur du jeu qui se manifeste. Le *fun* est aujourd'hui le palliatif du *flow*, rendant, par là même, l'accessibilité à ce dernier état de plus en plus difficile. Il joue un rôle central dans l'interpénétration du jeu dans le domaine du travail. Inclure du jeu ou du *fun* dans des environnements sérieux ôte au travail la possibilité de devenir une activité autotélique. Puisque le travail ne suffit pas à récompenser

⁶⁶ M. CSIKSZENTMIHALYI, *Vivre, La psychologie du bonheur*, Robert Laffont, Paris, 2004, p. 120.

⁶⁷ C'est cette même définition que l'on retrouve derrière le qualificatif de « *playification* » et de *playful* qui se construisent en réaction au caractère rigide des systèmes de règles de la *gamification*. Ici l'orientation se concentre sur l'expérience du joueur et sur son état d'esprit.

l'individu c'est par un édulcorant ou un masque qu'il faut passer pour maintenir la motivation des employés. Celui-ci est utilisé afin de donner l'illusion que l'activité effectuée est garante de plaisir et de bonheur. La fonction du jeu est ici d'entraîner ces individus et de réveiller en eux un état de dévouement à leur tâche semblable au *flow* mais de manière plus simple et immédiate. Cette croyance que le *fun* est un élément transformateur d'une activité en quelque chose de gratifiant synonyme de bonheur, traduit une vision hédoniste qui se répand et se retrouve dans différentes sphères de nature tant économique, politique, qu'artistique, preuve de son imprégnation des mentalités des années 1960 et au-delà.



Figures 2.13 et 2.14 Cédric Price, à gauche, Fun Palace, 1961, et à droite Instant City, 1970

Dans les années 1980, Niels Å. Andersen relève un changement dans son étude sémantique : c'est le *fun* qui est recherché dans le domaine des entreprises, plus que le jeu. L'objectif est de créer à l'intérieur de ces structures des ambiances où le *manager* a pour rôle d'être le « maître de jeu », d'ordonner des moments ludiques de détente toujours orientés vers la productivité et l'innovation. Il devient alors un « *funsultant* »⁶⁸ qui saupoudre de ludique le temps de travail. Ce sont d'ailleurs ces stratégies et ce *fun* que l'on retrouve aujourd'hui dans les environnements de travail de *start-ups* ou multinationales qui offrent aux employés des environnements de jeux : babyfoot, toboggan, jeux vidéo etc.

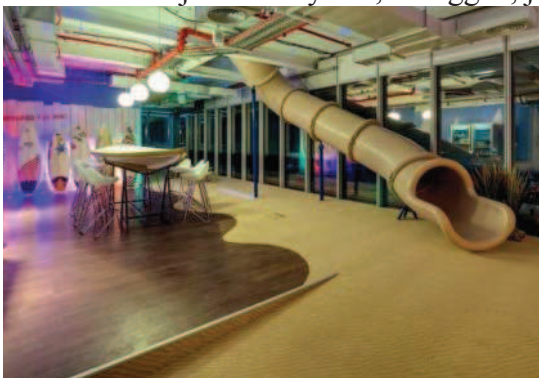


Figure 2.15 Les bureaux de Google à Tel Aviv et Dublin

⁶⁸ M. J. NELSON, *op. cit.*, p. 2.

Il est nécessaire d'interroger le rôle de ces *funsultants*, ou *managers*, qui cherchent par des procédés ludiques à mieux conduire les salariés, au nom d'une gouvernance comme il est vu au chapitre suivant, dans le cadre de l'utilisation de logiciel de quantification et de mesure de la performance. Ces figures distributrices de récompenses et d'hormones de plaisir sont proches de la représentation du « despotisme » - à défaut d'un terme lui-même qualifié de mal adapté par son auteur – projeté par Tocqueville en 1840 dans *De la démocratie en Amérique*. Dans son étude des principes politiques de la démocratie par-delà l'Atlantique et de ses conséquences sur la vie civile, Tocqueville fait l'éloge de cette « souveraineté du peuple »⁶⁹, mais aussi le portrait critique d'une vision plus sombre de l'égalité et de la liberté. L'un des points d'achoppement de son raisonnement concerne l'individualisme⁷⁰, fruit de la démocratie. La recherche de son seul et simple plaisir transparaît dans une quête aveugle et charmé par le désir d'égalité⁷¹. Son étude se conclut par les nouvelles formes de ce qu'il appelle le « despotisme »⁷² bien conscient que celui-ci serait nommé différemment dans cette projection à venir. Celui-ci prend les allures pernicieuses d'un *soft power*. Il est doux et s'appuie sur les mœurs et les passions des hommes, dont font partie les jeux qui se développent à cette même période. Pour Tocqueville, ce despote veille à anesthésier les consciences de ses citoyens par les plaisirs et les jouissances des petites choses quotidiennes. Ce pouvoir responsable, bienfaiteur en apparence, s'occupe du peuple comme un père. Le peuple lui est infantilisé dans la recherche de plaisir, il est « irrévocablement fixé dans l'enfance ». Ces citoyens ne songent qu'à se réjouir. Ce despote n'utilise pas la violence mais amollit la masse, la contrôle par le moyen de réjouissance, de divertissement, de « *fun* », où chacun se complait dans cette illusion du bonheur contrarié par de petites affaires qui conduisent peu à peu à renoncer à leur volonté.

[La sujétion] Elle éteint peu à peu leur esprit et énerve leur âme, tandis que l'obéissance, qui n'est due que dans un petit nombre de circonstances très graves, mais très rares, ne montre la servitude que de loin en loin et ne la fait peser que sur certains hommes. En vain chargerez-vous ces mêmes citoyens que vous avez rendus si dépendants du pouvoir central, de choisir de temps à autre les représentants de ce pouvoir ; cet usage si important, mais si

⁶⁹ A. De TOCQUEVILLE, *De la démocratie en Amérique, choix de textes et introduction par Philippe Raynaud*, Paris, Gallimard, 2010, p. 59.

⁷⁰ *Ibid.* p. 188. Selon Tocqueville l'individualisme est un sentiment réfléchi et paisible qui permet de s'isoler de la masse. Celui-ci apparaît au fur et à mesure que les conditions d'égalité se développent car celui qui s'individualise recrée une « petite société » qui lui fait oublier la grande. Dans l'individualisme, les hommes sont isolés les uns des autres, ne s'aiment pas et oublient les affaires communes et politiques qui réapparaissent dans la valeur de liberté, qui, elle, met en scène l'interdépendance réelle des hommes.

⁷¹ *Ibid.* p. 184.

⁷² *Ibid.* pp. 254-259.

court et si rare, de leur libre arbitre, n'empêchera pas qu'ils ne perdent peu à peu la faculté de penser, de sentir et d'agir par eux-mêmes, et qu'ils ne tombent ainsi graduellement au – dessous du niveau de l'humanité.⁷³

La Fabrique Universelle du Néopanludisme

Alain Cotta dans *La Société Ludique* peint le portrait d'un « panludisme »⁷⁴ où le jeu devenant sérieux pourrait être « revendiqué par convention collective » ou « remboursé par la sécurité sociale »⁷⁵. Écrit en 1980, cet économiste s'interroge déjà sur « la vie envahie par le jeu ».

Faut-il croire qu'il ne s'agit là que d'un commencement et que, les performances du progrès technique continuées, le jeu va s'instituer en style de vie et réduire lentement l'univers du sérieux à la peau qui lui convient le mieux, celle du chagrin ?⁷⁶

Alain Cotta traduit ici la vision des adeptes de la société ludique. Poussée à l'extrême, la société ludique exprime un « panludisme », où tout n'est que jeux, fêtes, divertissement, à l'image de ce qui se trouve reproduit dans le cadre du travail. Ce terme exprime l'ambiance dans laquelle je souhaite plonger le joueur et plante le décor d'une fête foraine contemporaine, à l'image des références étudiées au chapitre précédent. Le joueur peut se déplacer dans un univers où la fiction est plus réelle que la réalité, où le jeu rencontre le sérieux, dans une ambiance festive, *fun*. À l'intérieur de ce monde apparaît l'idée d'une cacophonie enthousiaste (Cf. *figure 2.18*) aux couleurs engageantes, sucrées et mièvres (Cf. *Figure 2.17*). Les couleurs sont adaptées et déclinées en fonction des dominantes et des valeurs de chaque niveau de jeu. Pour sélectionner les couleurs adéquates, un travail de recherche préalable a été fait dans des magazines de mode comme *Vogue Australie*, Décembre 2014, et dans des films ayant souvent trait à des univers futuristes ou uchroniques. L'un des exemples les plus proches de l'univers général du jeu est le film *Hunger Games* réalisé par Gary Ross en 2012. Sachant bien que même les récits les plus science-fictionnels et éloignés de notre époque traitent toujours – volontairement ou malgré eux – d'éléments contemporains, ces formes permettent souvent l'exacerbation de tendances actuelles, du ludique au posthumain.

⁷³ *Ibid.* p. 258.

⁷⁴ A. COTTA, *La Société Ludique*, Paris, Grasset et Fasquelle, 1980, p. 212.

⁷⁵ *Ibid.* p. 211.

⁷⁶ *Ibid.* p. 211.



Figure 2.16 Gary Ross (réalisateur), Hunger games, 2012

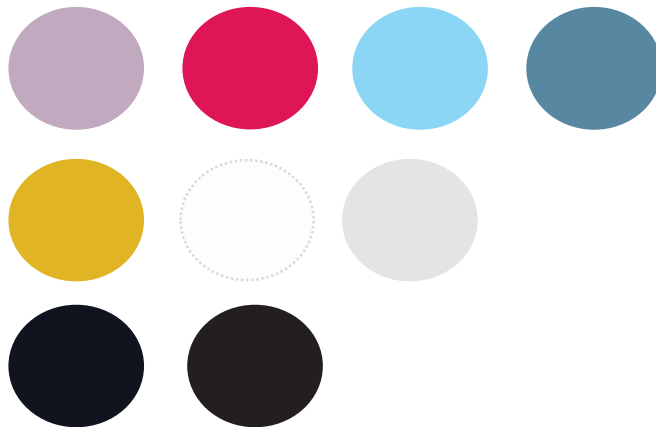


Figure 2.17 Echantillon de la palette de couleurs utilisée dans le niveau 1

Pour la sélection des sons, ce sont des prises réelles au contact de ces hauts lieux du divertissement tels que les fêtes foraines ou les casinos qui sont réalisées par Anthony Vérons. Ce concepteur sonore, créateur du Phonik Studio, travaille sur la tangibilité de l'excitation sonore qui naît dans les espaces ludiques.

La Ville		
Catégorie	Ressources (assets)	Description
Ambiance de la ville : casino et fête foraine.	<ul style="list-style-type: none"> - brouhaha de foule, - rires, - cris (attraction, excitation, - bruits de casino (machines à sous), - bruits de bornes d'arcade, - mélodies enchantées (manèges), - <i>jingles</i> publicitaires (cf. les publicités). 	Ensemble, les bruitages créent une cacophonie qui est oppressante pour le joueur. Ils peuvent aussi être entendus distinctement.

Figure 2.18 Extrait de la liste des ressources sonores données à Anthony Vérons (concepteur sonore sur le projet)

Dans sa promenade, le joueur est confronté à des sollicitations ludiques mettant en scène différentes activités provenant plutôt du domaine du sérieux, conformément à l'analyse établie. Ces activités se manifestent sous la forme de mini-jeux inspirés des formes de la *gamification*. Le concept commence à se mettre en place : l'exploration du joueur est alternée par des instants ludiques qui viennent rythmer sa promenade. Le fondement du système tourne autour de ces incitations ludiques et de la rencontre de mini-jeux.

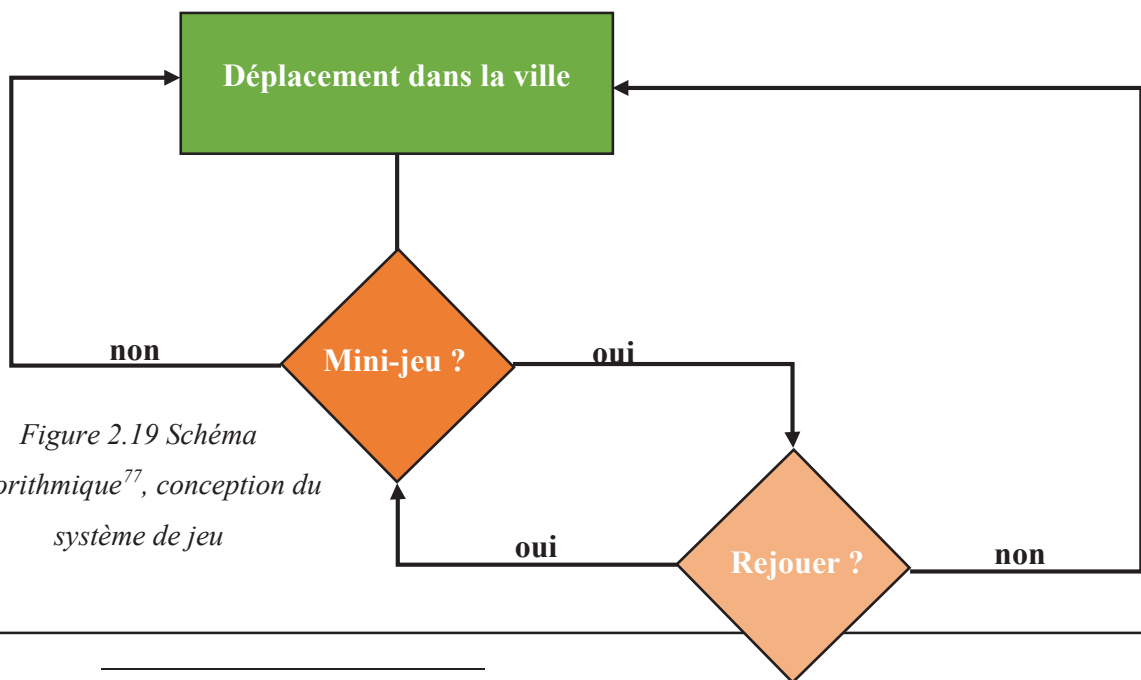


Figure 2.19 Schéma algorithmique⁷⁷, conception du système de jeu

⁷⁷ Le schéma algorithmique permet de mettre en avant le fonctionnement systémique d'un jeu. Il est utilisé aussi bien en programmation qu'en *game design* pour étudier et produire les règles du jeu. Il permet notamment d'établir un dialogue entre les deux disciplines en opérant des processus de résolution de problème. Ici il prend la forme d'un « *game flow* » (déroulement du jeu). Les carrés ou rectangles représentent ici des états, les losanges des questions posées du point de vue du joueur. Ainsi « Mini-jeu ? », traduit la question : le joueur exécute-t-il un mini-jeu ?

planche n°1

LA SOCIETE DU JEU TOTAL

STORYBOARD PROJET



Vue à la première personne. Le joueur se déplace dans la ville et commence l'exploration du premier niveau. Il est plongé au coeur d'une ville ludique aux allures de fête foraine, de parc à thème et de Las Vegas.



La ville est électrique, pleine de lumière. Des bruits de casinos, des sonneries, une cacophonie ludique interpellent le joueur.

Une publicité intempestive s'affiche à l'écran pour donner au joueur la connaissance des mini-jeux et l'inciter à jouer.



Les mini-jeux sont disséminés partout dans la ville. Leurs thématiques sont celles d'activités sérieuses comme le travail.

Figure 2.20 Claire Siegel et Vincent Aubry, planche 1 du storyboard

La question du *fun* quant à elle est centrale dans l'univers du jeu et en lien étroit avec la figure du Maître Hasard, détenant finalement un rôle proche, et plus postmoderne du maître du jeu sous la forme de *funsultant*. Dans l'univers du projet, F.U.N est une entreprise à l'image des multinationales et *start-up* à succès, cotées en bourse. F.U.N est garante du ludique. Afin d'éviter tout anglicisme non nécessaire, et pour être à l'image des acronymes qui envahissent l'individu contemporain, F.U.N signifie « Fabrique Universelle de Néopanludisme ». Elle est l'usine érigée en empire qui a le monopole sur les différentes formes de la *gamification*, c'est-à-dire les différents mini-jeux disséminés dans la promenade du joueur. Le pléonasme mis en scène par les choix de mots « universel » et « néopanludisme » permet de donner des indices au joueur sur le contexte de l'histoire. Cet acronyme est présent de façon répétée dans l'univers, comme la signature du Maître du jeu sur chacune de ces actions.

Le mot « fabrique » présente l'idée d'une fabrication artisanale, mais qui se fait le reflet d'une tendance *marketing* actuelle, cherchant à vendre une expérience de l'authentique et de l'original disparue avec les techniques de reproductibilité. Il est ici fait référence à la perte de l'aura décrite par Walter Benjamin, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, selon qui les œuvres d'art perdent leur caractère authentique dans les logiques de reproduction et de consommation de masse⁷⁸. La masse, selon lui, cherche à posséder le reflet de l'œuvre. En dépossédant tout phénomène de son unicité, l'unique se trouve standardisé⁷⁹. L'authenticité est un concept récupéré par le capitalisme pour créer un *marketing* du tout-sur-mesure capable de satisfaire – en apparence – cette demande d'authenticité. Elle est caractéristique du néolibéralisme dont il est fait état au chapitre suivant. La place de F.U.N dans le projet est aussi à l'image des entreprises comme Google, Apple ou Facebook qui influencent nos modes de vie et font pression sur les politiques actuelles sous le règne de la loi du marché. F.U.N jette de la poudre aux yeux, sous la forme de jeux, sur les habitants de ce panludisme. La vision de Tocqueville permet d'entrevoir dans le *fun*, et dans la *gamification*, l'image de ce nouveau « despotisme », doux, agréable, et au sourire bienveillant qui crée le manège de la recherche des petits plaisirs et contentement. Ainsi, en suivant cette piste, ce sont les formes de la *gamification* qui seront interrogées à une échelle qui dépasse celle de l'entreprise pour l'élargir à celle d'une société ludique telle que décrite par Alain Cotta. La *gamification* traduit-elle la formation d'une société du jeu total ? Quelles sont donc les

⁷⁸ W. BENJAMIN, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, trad. Maurice de Gandillac, Paris, Allia, 2003, p. 20.

⁷⁹ *Ibid.* p. 21.

caractéristiques de ce « despotisme » ? Quels sont ses stigmates, ses promesses et ses ambitions ?

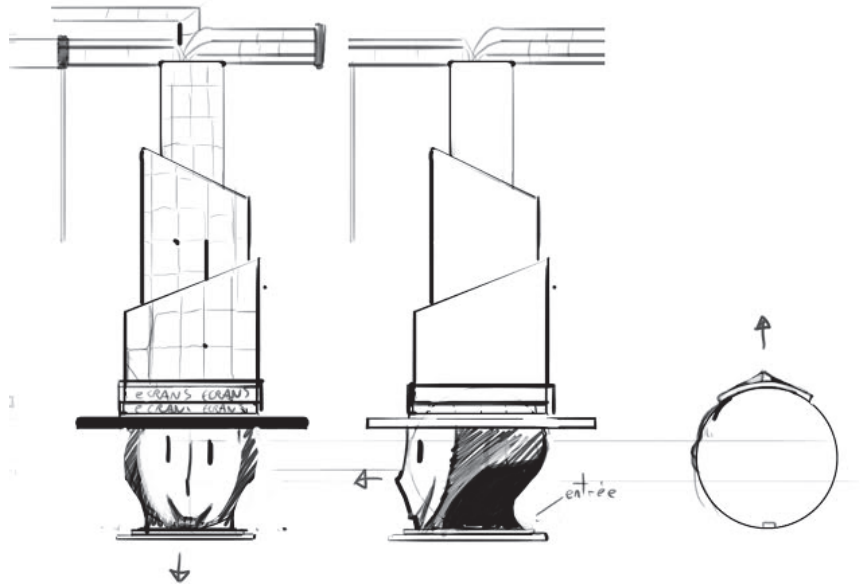


Figure 2.21 Vincent Aubry, croquis de la tour « F.U.N »

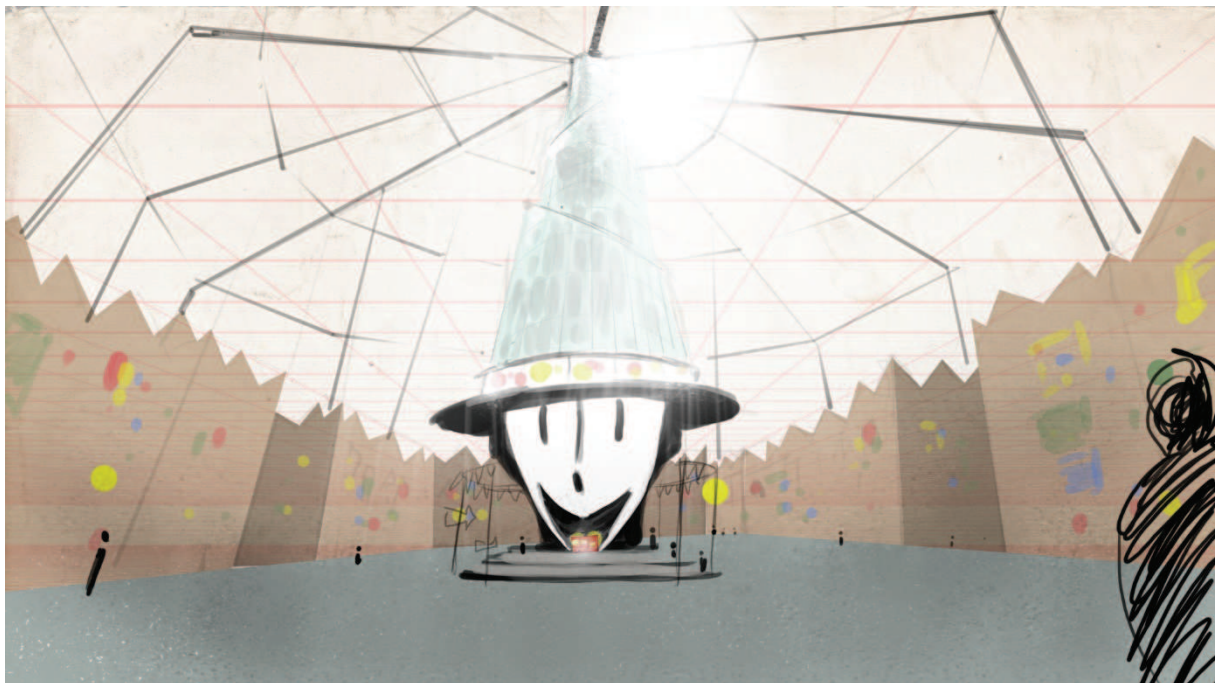


Figure 2.22 Vincent Aubry, concept art de la tour « F.U.N », représentant le Maître Hasard et son influence sur la ville

Chapitre 3

La société du jeu total

Formes et valeurs de la gamification

1. Les formes de la gamification

1.1 La gamification comme « fait social total » ?

Maintenant que la *gamification* a été resituée dans un processus historique passé, il est important de revenir sur le présent. Le livre de Jane McGonigal, porte-parole de la *gamification*, fait partie des manifestations individuelles d'un phénomène plus large. La *gamification* doit être comprise dans une « totalité ». Aujourd'hui, les marchands de jeux se multiplient en dehors du domaine du divertissement. Travail, santé, social et culture sont touchés par ce « phénomène ». Avec la *gamification*, le jeu vidéo se dissémine dans toutes les activités de la vie quotidienne et dessine un monde où tout est ludique, attractif, motivant et gratifiant. Se brosser les dents le matin ? Conduire sa voiture ? Travailler ? Trier ses ordures ? Parler à son voisin ? Faire l'amour ? Faire un don pour une œuvre caritative ? Ou simplement aller voir une exposition dans un musée ? Toutes ces activités, et bien d'autres, auront bientôt en commun d'être passées sous un filtre ludique. L'objectif est d'augmenter l'expérience « banale » du monde réel de l'individu contemporain. Ces différentes activités subjectives méritent d'être rapprochées les unes des autres pour faire apparaître la « grande image » qui se dessine à l'intérieur d'elles.

Pour cela, le concept de « Totalité » paraît particulièrement pertinent. Les deux synthèses convoquées, pour comprendre celui-ci, sont le tome 3 « La philosophie » de l'ouvrage *La Totalité* de Christian Godin, philosophe et Maître de Conférences à l'Université Blaise Pascal de Clermont-Ferrand, et celle proposée par Henri Lefèbvre « La notion de totalité dans les sciences humaines et sociales ». Toutes deux permettent de mettre en lumière l'évolution de ce concept. Depuis Héraclite, la « Totalité » caractérise la posture du philosophe, ou bien celle du sociologue – il est ici fait référence au concept de « fait social total » développé par Marcel Mauss dans *l'Essai sur le Don*. Selon Christian Godin, le penseur de la Totalité est Hegel. Dans

La Science de la Logique, Hegel développe l'idée que « Penser c'est poser la partie dans le tout, connaître, c'est saisir la partie dans le tout »¹. La connaissance ne peut être atteinte que si les singularités sont envisagées dans un ensemble plus grand. D'après cette idée, il est nécessaire de partir du concret et de se resituer dans les trois grandes dimensions qui régissent la vie des hommes : l'art², la science et la technique, et la sphère idéologique – comprise ici au sens large comme systèmes d'idées et de croyances. Ce chapitre a donc pour vocation d'analyser les formes de la *gamification* et de les resituer, elles aussi, les unes à côté des autres, dans un Tout. A la manière de poupées russes, il est nécessaire d'ouvrir à la fois celles qui entourent le livre de Jane McGonigal et celles qui se situent à l'intérieur. C'est maintenant sur les différentes formes de la *gamification* que l'attention doit se porter. Que manifestent ces formes d'un point de vue sociétal et idéologique une fois contextualisées ? Prise dans un processus historique, mise en lumière au chapitre précédent, l'adoption du ludique dans la société contemporaine illustre une transformation des différentes activités de la vie de l'homme. Pourquoi une telle aspiration pour le jeu aujourd'hui ? Que révèle-t-elle des ambitions de cette société occidentale contemporaine ? Participe-t-elle d'un projet plus grand ? En fil d'Ariane, tout au long de ce chapitre, la possibilité de considérer la *gamification* comme un « fait social total » est étudiée : est-il possible d'y voir, comme dans l'étude du don de Marcel Mauss, un fait capable de mettre « en branle dans certains cas la totalité de la société et de ses institutions [...] » ?

Pour comprendre cette intention, revenons un instant sur le phénomène du don. Le commentaire de Bruno Karsenti, *Marcel Mauss, Le fait social total*, resitue l'étude du don dans une dimension plus large. L'introduction du concept de « fait social total » chez Marcel Mauss apparaît comme une réflexion générale et méthodologique sur la sociologie.

Bref, s'il est bien un outil, le fait social total l'est tout autant sur le plan social que sociologique : il a surtout pour but de nous faire saisir le sens même de la socialité et d'engager politiquement sa reconquête.³

¹ C. GODIN, *La Totalité*, Tome 3, « La Philosophie », Paris, Champ Vallon, 2000, p. 373.

On retrouve cette idée également dans *La Phénoménologie de l'Esprit*, (édition de 1807), traduction Jean-Pierre Lefebvre, Paris, Aubier, 1991, p. 46 : « L'impatience demande l'impossible, [...] d'atteindre le but sans les moyens. D'une part, il faut supporter la *longueur* de ce chemin, car chaque moment est nécessaire – d'autre part, il faut *s'attarder* à chacun d'eux, car chacun est lui-même une figure individuelle complète et n'est considéré absolument que dans la mesure où sa détermination est considérée comme un tout ou comme un concret, ou encore, où le tout est considéré dans la particularité caractéristique de cette détermination »

² La *gamification* prend déjà l'habit esthétique des jeux et des jeux vidéo, la dimension artistique revendiquée, par exemple dans l'*Artgame* ou bien encore dans le *Game Art*, fait l'objet d'une étude dans les parties 2 et 3 de cette thèse. La dimension esthétique sera pour l'instant laissée de côté, mais il est primordial de la compter dans la construction de la *gamification* comme d'un fait social total.

³ B. KARSENTI, *Marcel Mauss, Le fait social total*, Paris, PUF, 1994, p. 121.

En effet, dans l'*Essai sur le don*, Marcel Mauss n'étudie pas celui-ci comme un « en soi » mais de manière concrète. Cette dimension empirique, dont le sociologue démontre la diversité, permet de mettre aussi en lumière les structures qui l'englobent. De la même manière, est-il possible en puisant dans la diversité des formes de la *gamification*, en plongeant à l'intérieur de ces formes, de révéler les dimensions extérieures et englobantes dans lesquelles elles se situent ? La vue d'ensemble qui se dessine ne saurait toutefois être appréciée d'un point de vue dissocié de la totalité, puisque comme le souligne Marcel Mauss, ainsi que Claude Lévi-Strauss⁴ dans son commentaire, le sociologue tout comme le philosophe ne pourrait s'extraire de la Totalité dont il fait partie et dont il ne capte qu'un « instant fugitif »⁵, pris dans le processus de l'histoire.

Dans la triade coercitive du don – « donner, recevoir, rendre »⁶ - mise à jour par Marcel Mauss, c'est l'« exigence fondamentale d'une réorientation du mode d'être »⁷ autour des rapports marchands⁸ qui se manifeste à l'intérieur de ce fait social total. Les faits sociaux totaux sont à la fois « juridiques, économiques, religieux et mêmes esthétiques, morphologiques »⁹. Pour paraphraser la conclusion du sociologue, leur dimension juridique se manifeste par leurs caractères obligatoires ou simplement moraux, loués ou blâmés ; la dimension religieuse peut faire appel à une mentalité diffuse, une religion stricte ou non ; la dimension économique se base sur l'utilité, la richesse, l'accumulation ou la consommation qui les entourent ; la dimension esthétique concerne les représentations de ces phénomènes, leur mise en scène artistique ; enfin la dimension morphologique concerne l'agrégation, la formation de groupe d'individus lors d'événements capables de mettre en scène des concentrations sociales¹⁰. Bruno Karsenti souligne la dimension engagée qui se retrouve à l'intérieur du concept de « fait social total » : elle permet de faire le pont entre les sociétés archaïques et celles plus contemporaines. L'étude du don comme « prestation sociale totale » permet de faire ressortir la nature économique au centre des rapports entre les hommes, au début du 20^e siècle. A la lumière de ces structures, le point névralgique de la *gamification* est étudié afin de voir ce qu'il révèle de

⁴ C. LEVI-STRAUSS, *Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss*, Paris, PUF, 2012, p. 27.

⁵ M. MAUSS, *Essai sur le don, Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Paris, PUF, 2012, p. 236.

⁶ Dans le don, Marcel Mauss soulève qu'il existe une obligation volontaire. Le don oblige à donner en retour, même si la réciprocité est niée par le premier donneur. Enfin, celui qui reçoit a le devoir de rendre.

⁷ B. KARSENTI, *op. cit.*, p. 121.

⁸ *Ibid.* p. 128.

⁹ M. MAUSS, *Ibid.* p. 234.

¹⁰ *Ibid.* pp. 234-235.

la personnalité de cet *homo ludens* et de son rapport au monde. Ce sont finalement les mentalités qui se déploient et se conforment, dans, et par les jeux de la *gamification* qui vont être questionnées.

1.2 Du jeu vidéo au serious game

L'essor de la *gamification* n'est pas sans relation avec le développement des théories du *game design* et de l'industrie vidéoludique. Les jeux vidéo s'inscrivent, eux aussi, dans la trajectoire historique manifeste du jeu comme nouveau mode de vie. Les jeux vidéo sont apparus entre les années 1950 et 1970. Leur naissance témoigne d'une « ludicisation »¹¹ de la technologie, à l'image de l'ambition de Nick Pelling. En prenant pour exemple l'un des premiers jeux vidéo créés en 1962, *Space Wars* révèle à la fois la cristallisation de cette relation entre jeu et travail, et à la fois l'origine militaire de celle-ci. *Space War* s'inscrit dans une logique de détournement, par un esprit déjà ludique et créatif de jeunes étudiants au MIT, de l'ordinateur TX-0 destiné aux technologies industrielles et militaires. Au départ, les ordinateurs ne sont pas encore considérés comme des objets de loisir mais comme des machines utilitaires, rationnelles, en bref comme des puissances calculatoires. Cet esprit ludique qui se manifeste chez Steve Russel, Martin Graetz, Wayne Witanen, Peter Samson, Alan Kotok, Dan Edward, Steve Piner et Robert A. Saunders traduit une logique du *hack* qui permet, selon Sébastien Genvo, d'interagir avec de la technologie de manière non-téléologique, non rationnelle et non pragmatique¹². Ne peut-on pas voir dans cet acte, la manifestation d'un esprit taquin, volage, et créatif à l'image du *play* ou du *fun*, qui dans les mêmes années, pénètrent les entreprises et se répandent peu à peu dans les mentalités ? Ou bien encore la forme de résistance du *fun* décrite par Mark Blythe et Marc Hassenzahl en opposition aux rigidités du rationalisme prégnant ?

La *gamification* et l'industrie du jeu vidéo vont se développer en parallèle. En effet autour de la crise économique de 1983, selon Marc Albinet, *game director* à UBISOFT Montréal, le jeu vidéo commence à consolider son vocabulaire. Il retrace notamment

¹¹ A ce titre, Sébastien Genvo parle de « ludicisation » des technologies, c'est-à-dire de la manière dont ces dernières vont tendre de plus en plus vers des utilisations ludiques. Son travail de recherche consiste à déterminer que ce qui « fait jeu » se trouve essentiellement dans l'« attitude ludique », hors des structures. Cf. GENVO Sébastien, « Penser la formation et les évolutions du jeu sur support numérique », 2013, disponible en ligne (consulté le 21.06.15) à l'url suivant : <http://www.ludologique.com/wordpress/?p=445>.

¹² S. GENVO, « Comprendre les différentes formes du « faire soi-même » dans les jeux vidéo », Ludovia, 2008, p. 2.

l'apparition du terme « *gameplay* » qui contracte la question « *How the game plays ?* », à savoir « Comment le jeu se joue ? »¹³. Greg Costikyan dans son article l'attribue à ATARI en 1982¹⁴. L'apparition de ce concept essentiel dans le domaine de la conception de jeux vidéo était en gestation, comme pour l'apparition du terme « gamification », et traduisait les problématiques du moment. Dans cette synergie générale, le concept de *gameplay* pose l'une des pierres fondatrices dans les techniques du *game design*, comme le souligne le philosophe Mathieu Triclot, philosophe et Maître de Conférences à l'Université de Technologies de Belfort-Montbéliard dans son article, « Gameplay ou l'énigme du jeu ».

Gameplay installe la compétence professionnelle du journaliste, qui prévient son lecteur des arnaques de surface, et dont l'interlocuteur privilégié devient le *game designer*. La *review* évalue son travail, quitte à lui faire, parfois, la leçon : « Mais les programmeurs auraient mieux fait de se souvenir que le *gameplay* demande au moins autant d'attention que le reste » (*Edge, Review Return to Zork*, décembre 1993).¹⁵

Le *gameplay* désigne la matière sur laquelle travaille le concepteur de jeu vidéo. Il regroupe à la fois l'expérience-joueur¹⁶ qui est véhiculée par la forme du jeu, c'est-à-dire les règles du jeu, et à la fois les modalités d'interaction dont dispose le joueur pour expérimenter le jeu. Ces différents aspects intrinsèquement liés dans le jeu, peuvent tous faire l'objet d'une spécialisation, mais peuvent aussi être augmentés de la participation d'éléments spatiaux, sonores, narratifs et visuels dont les implications sont considérables pour la construction du *gameplay*. Le parti pris ici est de ne pas restreindre le *gameplay* à un aspect purement ludologique, se concentrant sur les règles car même les techniques de *rational game design* (conception de jeux vidéo rationalisée) témoignent de la collaboration de ces différents aspects¹⁷. Cependant, la règle apparaît comme une pièce maîtresse gouvernant l'ensemble de ces éléments comme il est vu au chapitre 5.

¹³ M. ALBINET, *Concevoir un Jeu Vidéo*, Paris, FYP, 2010, p. 23.

¹⁴ G. COSTIKYAN, « I Have No Words & I Must Design : Toward a Critical Vocabulary for Games » - *Proceedings of computer Games and Digital cultures Conferences*, ed. Frans Mäyrä, Tampere University Press, 2002.

¹⁵ M. TRICLOT, « Gameplay ou l'énigme du jeu », *La Fabrique des jeux vidéo : au cœur du gameplay*, Paris, LA MARTINIÈRE, 2013, p. 31.

¹⁶ Cf. chapitre 4, p. 175

¹⁷ Dans la conception atomique des jeux vidéo, la construction du jeu se fait à l'aide de paramètres atomiques qui jouent sur la position du joueur ou la taille de la zone faisant plus référence aux lois de l'univers et à l'espace dans lequel se déplace le joueur. Les autres paramètres comme la prédictibilité, la vitesse de déplacement relèvent quant à eux de règles et de comportement préalablement définis. Ils impliquent cependant souvent la vue du joueur et suggère l'importance d'éléments visuels pour évaluer la distance et définir par exemple une fenêtre d'opportunité jouant sur son habileté à réussir certaines actions. A titre d'exemple, il est possible

L'apparition du terme de *gameplay*, et d'un vocabulaire spécifique, consolide le *game design* comme discipline dans les années 1980 – 1990. Celui-ci se diffuse notamment lors des *Game Developer Conferences* annuelles qui depuis 1987 réunissent les professionnels de l'industrie vidéoludique et animent des discussions sur l'évolution des méthodes de conception et de production de jeux vidéo. C'est d'ailleurs également à cette période qu'apparaissent de nombreux livres de recettes ludiques dans le domaine du management, selon l'étude sémantique de Niels Å. Andersen¹⁸. En conséquence, l'interpénétration du jeu se fait simultanément dans les domaines de la technologie, du travail mais aussi de l'éducation qui vont donner naissance à la forme à l'intérieur de laquelle la *gamification*, en tant que mouvement contemporain, puise ses racines, les *serious games* (littéralement, les jeux sérieux).

Julian Alvarez, chercheur au *Play Research Lab*, et Damien Djaouti, Maître de Conférences en informatique, *Introduction au serious games*, publié en 2010, donnent pour définition du *serious game*¹⁹ toutes les applications informatiques dont l'intention est de combiner des aspects sérieux tels que l'apprentissage, la communication, l'information et avec une dimension ludique²⁰. Cette même année les *serious games* connaissent un essor considérable, mais ils sont, comme il a été vu, bien plus vieux puisqu'on peut les compter parmi les jeux de *management* et les jeux militaires. Si l'on prend appui uniquement sur leur forme informatique, ils suivent de près les jeux vidéo, puisque dès 1971 on en retrouve la trace, avec par exemple le jeu *The Oregon Trail*, développé par Don Rawitsch, du studio MECC dont l'objectif est de donner une leçon d'histoire sur le 19^e siècle dans les établissements scolaires. C'est maintenant dans les domaines informatique et technologique que le jeu continue de se développer, et ce sont ces formes technologiques qui sont aujourd'hui adoptées dans les mêmes domaines où était utilisé le jeu dans une finalité sérieuse. Les domaines d'application des *serious games* sont selon Julian Alvarez et Damien Djaouti très larges : Etat et gouvernement,

de citer le jeu *Perception*, de Bill Gardner, The Deep End Games, à paraître, qui joue sur la vision limitée du joueur dans son exploration d'une maison hantée.

¹⁸ N. Å. ANDERSEN, *op. cit.*, p. 45 – selon Niels Å. Andersen, ces livres de recettes ludiques servent essentiellement à exposer les portfolios des auteurs comme le fait *The Encyclopedia of Icebreakers* de Sue Forbess-Greene.

¹⁹ Damien Djaouti et Julian Alvarez ont à ce sujet consacré un site de classification des différents serious games qui est une référence en la matière : www.serious.gameclassification.com. Plus récemment, le Conservatoire National des Arts et Métiers et le Laboratoire des Usages en Technologies d'Informations Numériques ont également proposé un projet de recensement de jeux vidéo à caractère scientifique, en 2013, hébergé sur le site de la Cité des Sciences : <http://www.cite-sciences.fr/fr/au-programme/expositions-temporaires/jeuvideo-lexpo/ressources/jeux-de-culture-scientifique/jeux-de-culture-scientifique/>.

²⁰ J. ALVAREZ, D. DJAOUTI, *Introduction au serious game*, Paris, L>P Questions Théoriques, 2010, p. 15.

militaire, santé, éducation, entreprise, culture, écologie, politique, humanitaire et caritatif, médias, publicité, et recherche scientifique.

Le jeu fondateur du genre est *America's Army* créé en 2002, conçu par Michael Zyda, développé par l'armée américaine et le studio Sega, édité par Ubisoft. On y retrouve la continuité logique des simulations réelles dans des environnements numériques et ludiques. Les joueurs jouent en équipe, déploient des stratégies dans un jeu vidéo semblable aux FPS, les *First Person Shooter* (jeux de tir dont la caméra se joue à la première personne). Sous des allures ludiques, confiées d'ailleurs à des sociétés majeures de l'industrie du jeu vidéo, *America's Army* déploie une propagande active. Le rôle de ce jeu est d'être un outil de recrutement²¹ sous la forme d'une simulation. Les performances des joueurs y sont mesurées, et ceux-ci sont contactés pour développer leur compétence sur le terrain, dans le réel, au sein de l'armée américaine. A la différence des simulations réelles héritières des *wargames*, ce ne sont pas ici directement des soldats qui jouent mais un public simplement amateur de jeux vidéo. *America's Army* joue alors sur l'amalgame entre le joueur et le soldat, le virtuel et le réel : « *Citizens. Country. Video Games. The US Army keeps them all free* »²²

Les multiples domaines dans lesquels se déploient les *serious games* transforment ce concept en un mot valise à l'intérieur duquel sont rangés toutes les catégories de jeux, plutôt informatiques mais pas uniquement, qui excèdent la sphère du divertissement. Ce « trop-plein »²³ affiche la volonté débordante de réconcilier le jeu et le sérieux, longtemps réprimée par les différentes instances autoritaires. Aujourd'hui affirmés dans un élan social, politique, économique, et artistique, les *serious games* ne sont pas considérés comme faisant partie de l'industrie du divertissement. Leur mode de production est différent, comme le relève Michel Lavigne.

²¹ Z. LI, « The potential of America's Army, the video game as civilian-military public sphere », étude supervisée par Henry Jenkins, Massachusetts, MIT, 2004, p. 7, disponible en ligne à l'url suivant (consulté le 11.06.15) : <http://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/39162/55872555-MIT.pdf?sequence=2>.

²² Slogan publicitaire du jeu *America's Army* en 2003.

[Traduction] Citoyens. Pays. Jeux vidéo. L'armée américaine les maintient tous libres.

²³ J. DUPIRE, S. NATKIN, « Du jeu sérieux au jeu utile » proposent de réduire la définition du *serious games* à celle de jeu utile. L'objectif est de dépasser l'idée générale selon laquelle les *serious games* équivalent à « Tout objet relevant du numérique », qui ne sont « pas destiné[s] aux loisirs et qui utilise[nt] soit une technologie, soit des principes de conception développés à l'origine pour le jeu vidéo », *Jeu sérieux, révolution pédagogique ou effet de mode*, in. *Revue d'intelligence artificielle*, n°25/2, Paris, Lavoisier, 2011, p. 143.

Le *serious game* n'est pas un produit éditorial mais un produit commandité. Il s'agit donc de produits qui ne sont pas vendus au consommateur final mais dont la production est financée par un commanditaire ou un consortium de commanditaires publics ou privés.²⁴

Rares sont les *serious games* créés dans une optique caritative, ou simplement prenant comme point de départ l'intention de développeurs²⁵. Ils sont plutôt commandités par des institutions, comme c'est le cas des appels à projets gouvernementaux, ou bien par des entreprises dans une logique BtoB (*Business to Business*). Ces outils vidéoludiques sont aujourd'hui adoptés massivement. Les études du marché élèvent le taux de croissance du secteur du *serious game* à 47% par an entre 2010 et 2015²⁶. Entre 2016 et 2017, l'IDATE estime que le marché du *serious games* va atteindre plus de onze milliards de dollars avec un pic de croissance important.

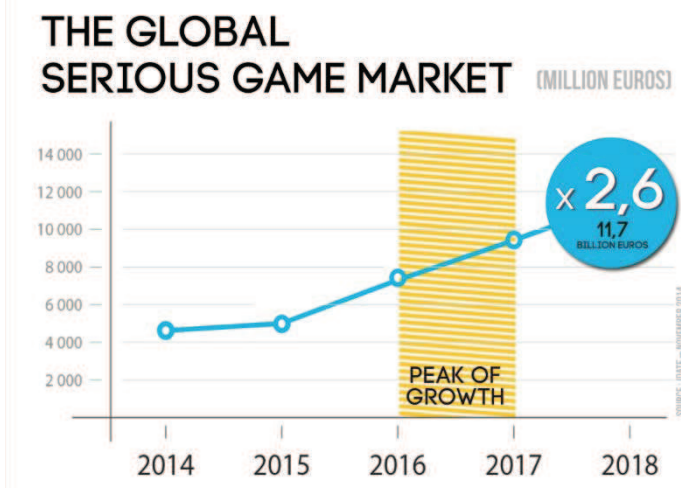


Figure 3.1 IDATE, *Videogame Practice, Serious Game #1*, Digiworld, novembre 2014

Si les *serious games* ont tendance à refléter une dimension purement économique permettant la formation intra-entreprise, dans la succession du *e-learning* (formation en ligne), leur forme a su séduire d'autres domaines. Ils se sont consolidés dans la même décennie que la *gamification*. On peut y voir une affiliation directe faisant des *serious games* la forme privilégiée de la *gamification* qui se décline en toutes sortes d'applications dont les dimensions ludiques restent parfois très limitées. Celles-ci excèdent le cadre dans lequel se situent ces jeux utiles et viennent rythmer la vie de l'individu contemporain.

²⁴ M. LAVIGNE, « Sous le masque du jeu, la contrainte et le contrôle », *Des serious games à la gamification*, in. *Interfaces Numériques*, vol.3-n°3/2014, Paris, Lavoisier, p. 478.

²⁵ Dans cette optique, je prendrai soin de séparer les *artgames* dont il sera question au chapitre 6 car ils ne font pas l'objet de commande et très rarement de bénéfices financiers. La nature de leur création les distingue sur ce point des *serious games*.

²⁶ L. MICHAUD, « Serious Games, un chiffre d'affaire mondial de 10 milliard EUR en 2015 », étude *Serious Game*, Montpellier, IDATE, 2010.

1.3 Une journée dans un monde gamifié : application, réalité augmentée, bornes digitales et objets connectés

Pour rendre compte de ce qu'est la *gamification*, il faut observer ses disséminations concrètes. Afin de comprendre les domaines où elles se diffusent, leur impact sur l'individu contemporain et les structures qui s'en dégagent, celles-ci sont présentées ci-dessous sous la forme d'un scénario d'usage visant à mettre en scène la banalisation du jeu au quotidien et l'atmosphère ludique dans laquelle baignent les sociétés occidentales actuelles. Certains exemples analysés n'existent qu'à des endroits spécifiques. Pour le propos, le scénario prend une dimension fictive uniquement en proposant une unité de lieu, regroupant ces différents projets. Autrement, toutes les situations décrites ci-dessous sont basées sur des applications réelles, à l'exception des deux projets automobiles qui sont en cours de développement et ayant fait l'objet de présentation lors de salons reconnus. L'objectif n'est pas ici de prédire le futur, mais de révéler une tendance réelle et actuelle, et ceci de manière illustrée par le parcours journalier de deux individus fictifs : Laura et Méline.

7 :00 Laura, 36 ans se lève et prépare le petit déjeuner de sa fille Méline, 9 ans. A l'aide de son *smartphone* (téléphone mobile intelligent), elle sélectionne dans une application ludique, *Foodzy*, les aliments qu'elles vont ingérer afin de mesurer le nombre de calories de leur repas et d'équilibrer au mieux leur alimentation. Celle-ci est calculée sur leur activité physique quotidienne enregistrée à l'aide d'un podomètre présent dans l'application. Selon la nature des repas et de leurs activités, Laura et Méline seront récompensées par des badges, affichés sur leur profil et partagés via un réseau social avec leurs amis.



Figure 3.2 Marjolin Kamphuis et Johan Voets, badge, capture d'écran de vidéo et application sur Iphone du logiciel Foodzy, 2012

7:50 Méline se brosse les dents avec *Kolibree* et est récompensée, là aussi, pour sa rigueur : elle gagne des points d'expérience. Laura, elle, met ses lunettes de réalité augmentée. Toutes les deux montent dans la voiture. Laura personnalise son tableau de bord. Les lunettes permettent d'augmenter l'environnement routier d'informations utiles pour améliorer sa conduite. Pendant ce temps Méline dessine et prend des photographies en utilisant les fonctions tactiles des vitres de la voiture.

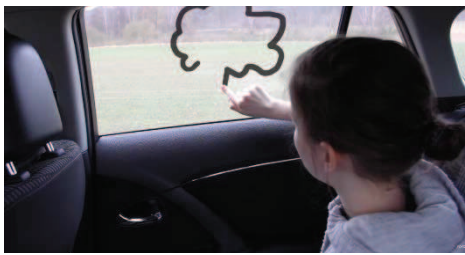


Figure 3.3, 3.4, 3.5 – de droite à gauche
FORD, Ford unveils MyFord Mobile, Consumer Electronic Show (CES), 2011²⁷
Group MINI, Qualcomm, Osterhout Design Group, Mini Augmented Vision – X-Ray View, BMW, 2015²⁸
TOYOTA Motor Europe, Copenhagen Institute of Interaction Design (CIID), Windows to the World, 2012²⁹

8:30 Laura dépose Méline en face de l'école et surveille qu'elle traverse bien la rue. Méline regarde l'indicateur piéton danser et patiente en l'imitant avec quelques camarades de classe.



Figure 3.6 Smart, The Dancing Traffic Light, « For a safer city », Lisbonne, 2014

²⁷ Vidéo de démonstration du tableau de bord lors du CES, disponible à l'url suivant (consulté le 30.05.15) : <https://www.youtube.com/watch?v=Z99G2vcUwUY>.

²⁸ Vidéo concept du projet de lunettes de réalité augmentée de Mini, BMW Qualcomm et Osterhout Design Group, disponible à l'url suivant (consulté le 30.05.15) : <https://www.youtube.com/watch?v=-Y8y0sqyGuA>.

²⁹ « Window to the World » est un concept qui a remporté le Core77 Design Award en 2012. Il s'agit d'un projet fictif développé par Toyota et le CIID, dans lesquels les vitres du véhicule sont des surfaces interactives. Vidéo du projet disponible à l'url suivant (consulté le 30.05.15) : <https://www.youtube.com/watch?v=0PZzFsM-rjM&feature=youtu.be>.

La journée de Méline : A l'école des ateliers sont organisés autour de jeux vidéo³⁰ et de *serious games*. Sa participation en classe et son travail sont notés à l'aide de point d'expérience qu'elle peut utiliser sous la forme de récompense pour son avatar dans *Class Craft*³¹. Elle est aussi sensibilisée lors d'un atelier spécial aux problématiques de la faim dans le monde avec le *serious game* humanitaire *Food Force* (Deepend et Playerthree, 2005). Dans ce jeu, Méline a pour mission de distribuer de la nourriture dans des pays affectés par la famine afin de les aider à surmonter la crise. Méline doit prendre des décisions, élaborer des stratégies, tout en se posant des questions sur les conditions sociales et économiques d'un tel problème.

9:00 Laura, thérapeute, arrive à sa clinique et prend ses rendez-vous de la journée. Elle évalue l'état de ses patients et leur propose de faire des exercices en jouant à des *serious games* via la Kinect³². Pendant ce temps, elle peut voir l'évolution en direct et chiffrer l'état de son patient via la plateforme interactive associée.

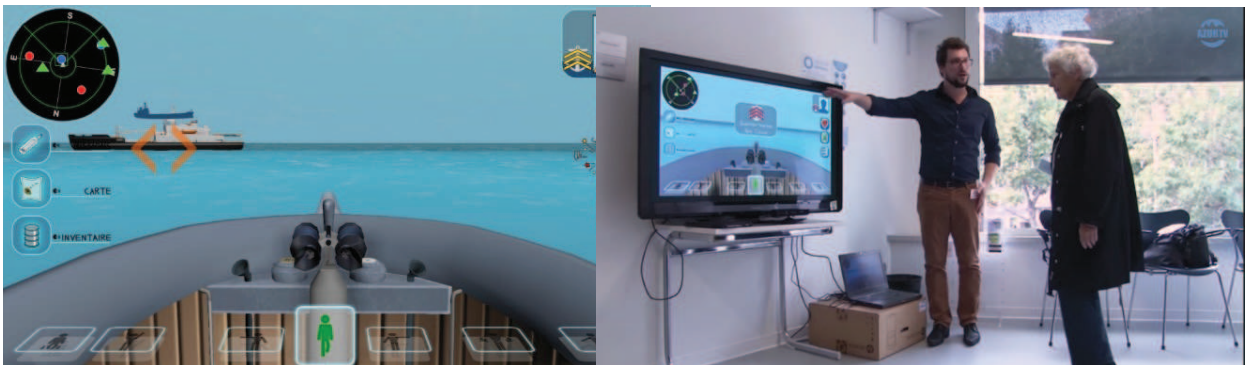


Figure 3.7 GENIOUS Interactive, Az@GAME, X Torp, 2014³³

³⁰ L'utilisation de jeux vidéo utilisés et détournés à des fins pédagogiques est nommée le « serious gaming ». Il consiste à repérer dans un jeu des possibilités pédagogiques ensuite étudiées et médiées par un enseignant. Par exemple, *Second Life* est un jeu de simulation de vie utilisé dans des cadres pédagogiques précis. L'académie d'Amiens a loué une île dans cet environnement virtuel pour y implémenter un jeu destiné à l'apprentissage de l'anglais (source : eduscol.education.fr).

³¹ *Class Craft* développé par Shawn Young en 2013, est un logiciel permettant de rendre ludique la relation entre un professeur et ses élèves. Dans ce jeu de rôle éducatif, les élèves sont représentés comme des avatars avec des points de compétences et d'expériences qu'ils acquièrent tout au long de l'année en fonction de leur résultat. Les récompenses sont similaires à des privilèges dans le cadre de la classe : manger, arriver une fois en retard etc. Le logiciel se présente aussi comme une interface pour la gestion des conflits dans des situations communes, en faisant des sanctions scolaires des éléments narratifs disciplinaires.

³² La Kinect est un accessoire technique fourni avec la Xbox 360 – une console de jeu – qui permet de reconnaître le corps d'un ou plusieurs utilisateurs par un système de capteurs. Ainsi c'est le corps et les gestes de l'utilisateur qui permettent de contrôler le jeu au lieu d'une manette.

³³ Le projet Az@GAME de la société Genius Interactive, dans lequel est développé le jeu *X-Torp*, est un outil d'évaluation de l'évolution de la maladie d'Alzheimer. Il permet la mesure de l'évolution du patient ainsi que l'incorporation d'exercices thérapeutiques permettant d'entraîner le cerveau et de stimuler les neurones.

12 :30 Laura sort prendre l'air dans le parc de la Clinique. Elle reçoit une notification sur son *smartphone*. L'application³⁴ *WeeAkt*, qui vient de la géolocaliser, l'informe d'actions citoyennes proches d'elle dans le parc. La mission consiste à nettoyer un endroit du parc où ont été laissés des débris. Elle prend des photos de son action, gagne des points et participe à un meilleur classement de sa ville dans l'application.

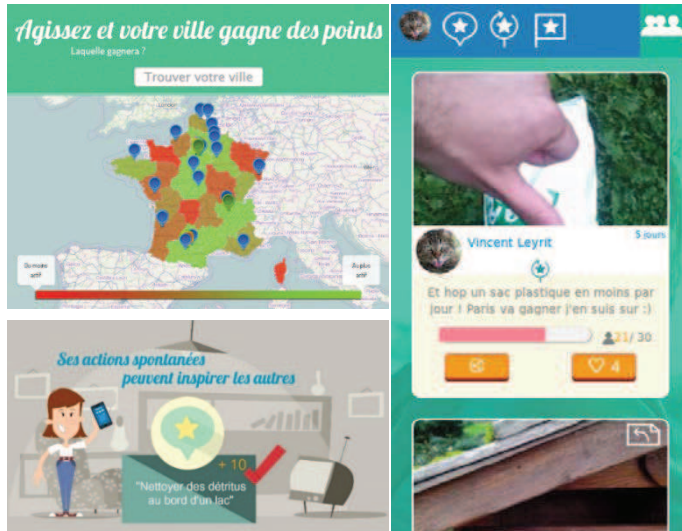


Figure 3.8 à gauche, Vincent Leyrit, Fabien Durieux, *WeeAkt*, 2013

Figure 3.9 à droite, PUGEDON, *Recycle bottle's boxes*, 2014

Laura trie les déchets récupérés et les jette dans les poubelles interactives appropriées. Certaines permettent de marquer des points : plus l'on jette d'ordures, plus il y a de chances de battre le *High Score* (score le plus élevé) du quartier. D'autres permettent de verser quelques croquettes pour les animaux errants en échange du recyclage de bouteilles en plastique (Cf. Figure 3.9).

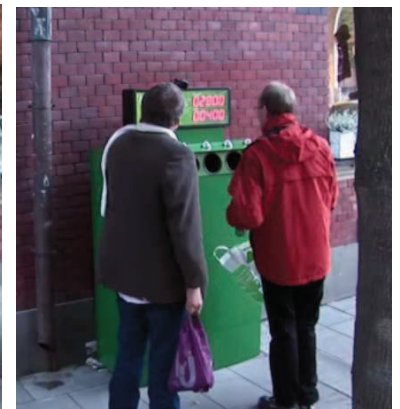
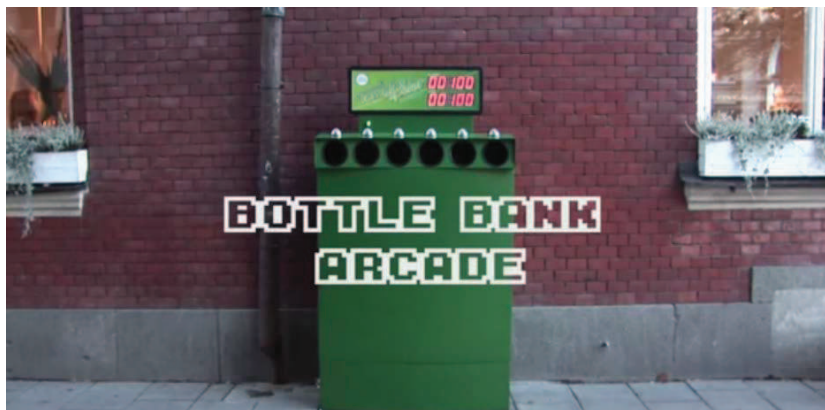


Figure 3.10 Volkswagen, *The Fun theory*, « Bottle Bank Arcade », 2009

³⁴ Ici sera distingué le terme « application » de *serious games*. En effet une application comme *WeeAkt* n'est pas en soi un jeu, mais une application contenant des éléments ludiques, correspondant à la définition donnée précédemment de la *gamification*. Il s'agit donc plus précisément d'une application ludique.



Figure 3.11 à gauche, Commons Lab Macon Money, Bond, 2011



Figure 3.12 à droite, Kylii Kids, Borne de jeu digitale, Carrefour Markets Toulouse, entre 2006 et 2014

17 :30 Sur le chemin du retour, Laura et Méline vont faire quelques courses dans une épicerie. Laura paye à l'aide des billets MACON³⁵, un jeu organisé pour consommer et rencontrer ses voisins. Après avoir reçu la moitié d'un billet MACON, Laura a discuté avec ses voisins pour trouver celui possédant l'autre moitié. Cette action lui a permis de rencontrer des personnes proches de chez elle et de gagner de l'argent à dépenser dans des magasins. Se rendant ensuite dans un supermarché, Méline joue sur une borne interactive équipée d'une Kinect pour patienter (Cf. figure 3.12). Laura paye ses courses et gagne avec sa carte de fidélité des coupons de réduction. Elle obtient aussi des tickets lui permettant de gagner des lots. Dans la galerie, d'autres bornes sont disposées et attirent l'attention de Méline qui s'arrête sur une borne publicitaire, *American Express*, l'invitant à gratter un ticket virtuel.



Figure 3.13 Borne American express, aéroports Roissy, Charles de Gaulle et Orly, 2014

³⁵ *Macon Money* (2011 – 2014, Commons Lab) est un *serious game* créé pour l'engagement civique et la formation de communautés dans la ville de Macon en Géorgie aux Etats-Unis. En 2011, les résidents de la ville ont reçu au total 65 000 dollars sous la forme de billets coupés en deux. Le but du jeu était alors, pour pouvoir se servir de cet argent, de trouver l'autre partie du bond en découvrant qui la possédait. L'argent ne pouvait être dépensé que dans des commerces locaux.

18h45 En rentrant chez elle, Laura reçoit une enveloppe contenant un prix de la *Speed Lottery Camera*, ponctionné sur les amendes des excès de vitesse des automobilistes. Son respect du code de la route a été récompensé.



Figure 3.14 *The Fun theory*, « *Speed Lottery Camera* », basée sur l'idée de Kevin Richardson, Volkswagen, Stockholm, 2010

19:15 Pendant que le repas est en train de cuire, Laura joue à *Foldit*, un jeu scientifique collaboratif où le joueur doit plier une protéine le plus efficacement possible pour obtenir le plus de points et le comparer avec d'autres joueurs. *Foldit* est un outil de recherche qui permet d'améliorer les algorithmes de logiciels de pliage de protéines.

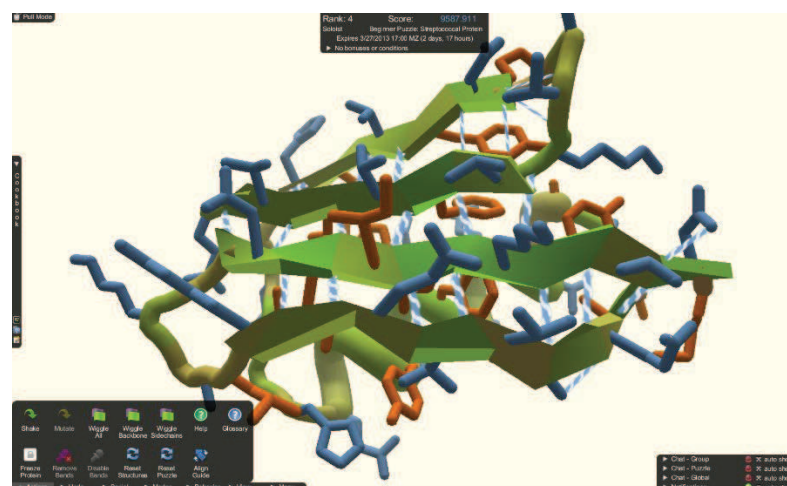


Figure 3.15 *Foldit*, conçu par Seth Cooper, Adrien Treuille, Janos Barbero, Zoran Popovic, David Baker, David Salesin, Université de Washington, Département des sciences informatiques et d'ingénierie de biochimie, 2008

21 :00 Méline endormie, Laura en profite pour faire son *jogging* quotidien à l'aide d'une application permettant de géolocaliser son parcours, son temps, sa vitesse et son rythme cardiaque.



Figure 3.16 Nike+, « Running App », Nike, 2006

Les stations ludiques

Ce portrait d'une vie rythmée par la *gamification* fait apparaître ses multiples formes : jeux vidéo, applications mobiles, objets connectés, bornes digitales. L'une des formes particulièrement intéressantes est celle des bornes digitales qui s'inscrivent à la fois dans la lignée des machines à sous, des distributeurs automatiques et des bornes d'arcade, révélant toutes des logiques de consommation assumées. Elles permettent d'offrir une entrée particulièrement révélatrice que Conor Linehan, chercheur en psychologie appliquée à l'Université de Cork, Ben Kirman, Maître de Conférences à l'Université de Lincoln, et Bryan Roche, Maître de Conférences en psychologie à l'Université Nationale, en Irlande, ne manquent pas de noter. Dans leur article « *Gamification as behavioral psychology* », ils proposent d'étudier la *gamification* dans les processus sociaux et psychologiques du concepteur et du consommateur. La psychologie comportementale apparaît comme l'une des clés permettant le développement de principes et de procédures d'engagement des utilisateurs. La *gamification* cherche à déployer des mécanismes attractifs à l'image des jeux. Selon ces auteurs, les jeux prennent essentiellement appui sur des principes behavioristes. Ils font pour cela référence à l'utopie de Burrhus Frederic Skinner, psychologue et penseur américain. Ecrite en 1948, *Walden Two* présente une communauté régie par des règles strictes dont les membres reçoivent des récompenses pour les tâches qu'ils accomplissent, de manière à encourager un changement de comportement positif et à maximiser leur motivation. Les métiers les moins gratifiants

permettraient de gagner des points supplémentaires, appelés des « *labour credits* » (crédits de travail), donnant ainsi du temps de loisir supplémentaire. *Walden Two* porte l'utopie d'un monde où les hommes seraient plus heureux par une utilisation bienveillante de la psychologie comportementale, orientée vers la motivation, la productivité et la santé. Conor Linehan, Ben Kirman et Bryan Roche remarquent la proximité de cette proposition avec celle de la *gamification*, notamment celle de Jane McGonigal. C'est donc dans le béhaviorisme de Skinner qu'il faut se plonger pour comprendre le rapport de l'individu contemporain à la *gamification*. Pour cela, les trois auteurs prennent pour exemple le distributeur automatique, semblable à la machine d'arcade, aux machines à sous et à ces bornes digitales citées dans le scénario d'usage. Ils révèlent le caractère construit de la relation de l'individu contemporain à un distributeur. Par interaction répétée avec l'environnement, et par éducation, l'individu sait comment insérer une pièce dans un distributeur. Le distributeur est conçu dans une logique de renforcement positif, c'est-à-dire de « récompense ». Celui-ci agit par la mise à disposition d'un bien apprécié ou nécessaire, à un individu.

Le renforcement positif permet d'accroître la probabilité qu'un individu augmente la fréquence de sa consommation. L'individu contemporain n'achète pas seulement sa barre de chocolat, il est aussi récompensé pour effectuer une action correctement. Les trois psychologues soulignent cependant l'impossibilité de prédire l'intention d'utiliser le distributeur par l'utilisateur ni même son degré de faim. Si le distributeur s'inscrit dans une prédictibilité élevée quant à l'objet du renforcement, ce n'est pas le cas des machines à sous. Il est d'ailleurs remarquable que machines à sous et distributeurs automatiques apparaissent tous deux au 19^e siècle influencés par l'automatisation et la mécanisation lors de la révolution industrielle. Les premiers distributeurs automatiques voient le jour aux alentours des années 1889 et se répandent en Europe puis aux Etats-Unis. Aujourd'hui, ils connaissent un essor considérable au Japon notamment où les produits les plus variés sont mis ainsi en libre-service. Geoffrey et Elizabeth Loftus, professeurs de psychologie, consacrent un ouvrage aux jeux vidéo en 1983 : *Mind at Play, the psychology of video games*. Selon eux, les machines à sous reposent sur des mécanismes de renforcement positif, partiels, c'est-à-dire imprévisibles, ce qui s'avère être un moyen puissant pour engager les individus. La machine délivre l'espoir qui pousse à continuer

d'essayer³⁶. Avec une récompense assurée, le joueur perd l'intérêt. Sans récompense du tout, le comportement du joueur s'éteint, on parle alors d'« extinction »³⁷.



Figure 3.17 A gauche machine à sous « Liberty Bell » créée par Charles Frey en 1895, à droite distributeur automatique de chocolat de Berne créé en 1889

Selon Jean-Marie Lhôte les premières machines à sous se développent aux Etats-Unis dans les *saloons*. La *Liberty Bell*, précédée de la *Card Bell* créées vers 1895 par Charles August Frey, transforme la roue de la fortune en une nouvelle loterie où le parieur voit apparaître dans les trois lucarnes « les signes du destin ». Doublées par de grosses industries, les *Liberty Bell* laissent place aux *Bandits Manchots*.

La belle époque des Bandits Manchots s'ouvre, avec bientôt en guise de levier une main qui tient un revolver. Ainsi le joueur doit prendre avec sa main ce revolver par son canon pour déclencher ce mécanisme ; il matérialise de la sorte, avec une superbe inconscience, le geste de ce robot voleur en train de le dévaliser.³⁸

³⁶ G. et E. LOFTUS, *Mind At Play, the psychology of video games*, New-York, Basic Books, Inc. 1983, p. 16.

³⁷ *Ibid.* p. 17.

³⁸ J-M LHÔTE, *Histoire des jeux de société*, op. cit., p. 337.

De la même manière que les pigeons éduqués par Skinner, les joueurs sont conditionnés lorsqu'ils actionnent ce levier. La récompense est en apparence aléatoire : le ratio ou l'intervalle sont variables. Il faut cependant garder en mémoire que cet *aléa* reste l'objet d'un calcul puisque la machine à sous, tout comme le programme informatique, relève d'une conception qui établit la formule de probabilité par la redistribution de quelques pièces dans l'attente du fameux « Jackpot ! ».

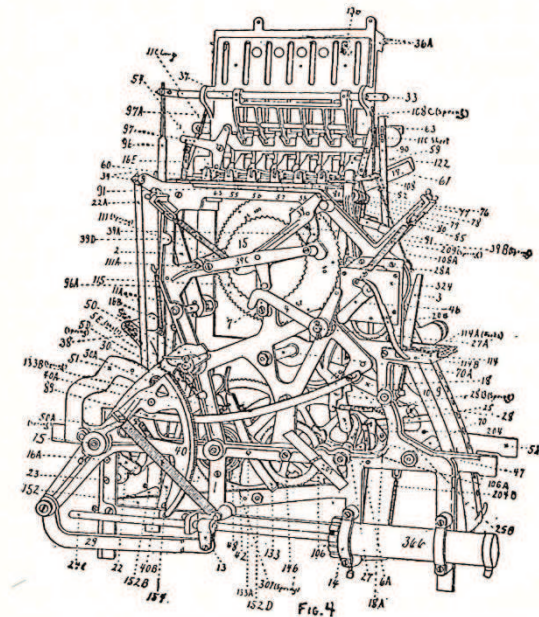


Figure 3.18 A gauche Bandit Manchot dont le revolver est aujourd'hui remplacé par un manche
Figure 3.19 A droite, mécanisme de machine à sous, Etats-Unis, 1911³⁹

Selon Geoffrey et Elizabeth Loftus, les machines d'arcade reposent sur les mêmes mécanismes behavioristes que les machines à sous. Leur recherche empirique a pour point de départ l'innocent jeu *Pac-Man* (conçu par Tōru Iwatani en 1980 et édité par Namco) et de l'expérience de la journaliste Ellen Goodman en 1982.

*Pac-Man took her for every last quarter she had. [...] It began innocently enough. [...] Undiscouraged by defeat, she trend again. She did a little better this time. Something about the game made her think she could win. So she kept at it.*⁴⁰

³⁹ *Ibid.* p. 337.

⁴⁰ G. et E. LOFTUS, *op. cit.*, p. 10.

[Traduction] *Pac-Man* lui a pris toutes les pièces de 25 cents qu'elle avait. Cela commence assez innocemment. Non découragée par la défaite, elle tentait encore sa chance. Elle fit un peu mieux cette fois. Quelque chose à propos du jeu lui laissait penser qu'elle pourrait gagner. C'est pour cela qu'elle a persévéré.

Les deux psychologues comparent le joueur de jeux vidéo et le rat de la boîte de Skinner. Le rat conditionné dans la boîte appuie directement sur le bouton permettant de délivrer de la nourriture, alors qu'un rat non conditionné va explorer la boîte. La récompense du rat est alimentaire, celle du joueur est, à la différence, intrinsèque à l'action et passe par un *high score* ou bien par des possibilités supplémentaires de jouer⁴¹. Geoffrey et Elizabeth Loftus rappellent que, derrière ces machines d'arcade, ce sont des moyens financiers qui sont en jeu. Ainsi ces machines ont tout intérêt à construire le système le plus addictif possible afin d'avoir bonne réputation et de devenir un incontournable des salles d'arcade et de tout autre lieu cherchant à disséminer du ludique entre ses murs. Ces machines d'arcade s'inscrivent dans le mouvement d'acceptation du jeu. Elles permettent d'apporter des dimensions ludiques dans des contextes qui n'en avaient pas nécessairement la vocation comme des restaurants, des cinémas, des supermarchés. « *Video games are designed to take your money, and they have an uncanny way of doing so* »⁴². Cette analyse est reprise par Ian Bogost, concepteur de jeux vidéo et chercheur au *Georgia Institute of Technology*, dans l'article « *Persuasion and Gamespace* ». Selon lui, les jeux d'arcade sont conçus pour offrir l'illusion aux joueurs qu'ils ont du talent par l'injection d'une dose suffisante de rétroaction positive. Il faut à la manière des « bonimenteurs » (« *barkers* ») montrer qu'il est toujours possible de gagner⁴³.

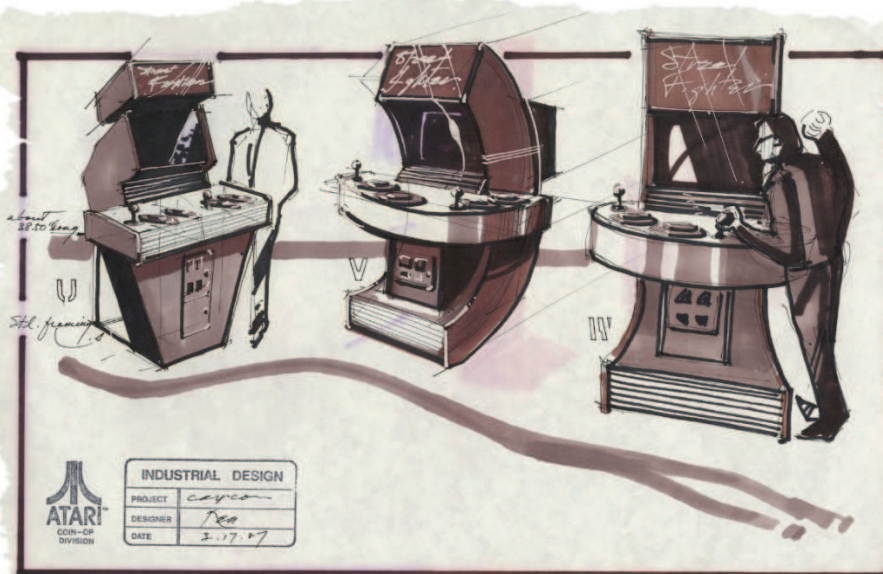


Figure 3.20 ATARI,
concept art machine
d'arcade, 1987

⁴¹ *Ibid.* p. 15.

⁴² *Ibid.* p. 14.

[Traduction] Les jeux vidéo sont conçus pour prendre votre argent, et leur manière de faire est inquiétante.

⁴³ I. BOGOST, « Persuasion and Gamespace », in F. VON BORRIES, S. P. WALZ, M. BÖTTGER, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level*, Berlin, Birkhäuser Verlag AG, 2007, p. 304.

Les machines à sous et les bornes d'arcade sont créées pour attirer le passant : les couleurs et les sons interpellent l'utilisateur potentiel, l'écran peut s'animer ou un mécanisme se déclencher pour capter l'attention. C'est ce que l'on retrouve dans les exemples cités du scénario d'usage. Dans la campagne de *The Fun Theory*, la « Bottle Bank Arcade » emprunte les traits d'une machine d'arcade dont le score apparaît comme renforcement positif d'un comportement « responsable » pour l'environnement. Les bornes de Kylii Kids montrent une évolution des machines d'arcade et jouent des attraits pour les nouvelles technologies en mettant en scène de petites applications qui rendent ludiques les supermarchés. Les jeux à l'effigie de la marque deviennent des arguments scandés par les enfants pour choisir l'un de ces hauts-lieux de la consommation. Les bornes d'American Express s'inscrivent dans une logique similaire alors que celles de recyclage de PUGEDON reprennent plutôt les mécanismes des distributeurs, permettant de donner des récompenses réelles au joueur, dans un acte plus altruiste servant aux animaux errants. L'utilisation de ces « bornes » est de plus en plus récurrente. On retrouve une idée similaire reprise par l'entreprise Canibal cherchant à concilier consommation et développement durable. La machine digitale Canibal « mange » les déchets en échange de coupons de réduction permettant ainsi d'« encourager le recyclage par le jeu », de faire « du geste de tri un geste de plaisir », avec un « système original de Jackpot ». ⁴⁴



Figure 3.21 Borne Canibal

⁴⁴ www.canibal.fr/.

D'autres campagnes publicitaires s'appuient sur ces ressorts de renforcement positif sous la forme de bornes. Au Japon, Coca-Cola et Google ont créé « *The Happiness Quest* » (La Quête du Bonheur) où le joueur peut à l'aide de son *smartphone* payer ses boissons et enregistrer un *QRcode*⁴⁵ permettant de cumuler le nombre de distributeurs « trouvés » contre des récompenses. Dans différents lieux de consommation comme Leroy Merlin, les galeries Lafayette, Kiabi, McDonalds, mais aussi dans des expositions et des musées comme les journées nationales de l'Archéologie au Musée d'histoire de Marseille en juin 2014 ou l'exposition Gabriel Bacquier à Aix-en-Provence utilisant la réalité augmentée pour habiller les visiteurs de costumes d'époque, partout, des bornes s'exposent pour abriter des contenus ludiques. Elles finissent par se répandre dans les imaginaires et s'installer dans des sphères étonnantes, comme présentées ci-dessous.

Le concepteur Lee Wei Chen à l'Université de Kingston a proposé la « *Laundry Arcade Machine* »⁴⁶ (la machine à laver d'Arcade) : une machine permettant de faire la lessive en jouant. Le joueur paye trois pièces d'une livre sterling pour lancer la machine qui déclenche la lessive et un jeu pour lequel il reçoit trois vies. La machine à laver et le jeu sont intrinsèquement liés. La machine répond aux performances du joueur. Si celles-ci sont bien exécutées, la lessive se déroule normalement. Si le joueur n'effectue pas les bonnes actions, la machine refuse de lancer le prochain cycle de lessive.



Figure 3.22, Lee Wei Chen,
The Laundry Arcade Machine, exposé au London
Design Festival à Tent, en
2011

⁴⁵ Un *QRcode* est un code-barres en deux dimensions qui permet par son agencement de définir les informations que contient le code. *QR* est l'abréviation de *Quick Response* qui signifie réponse rapide.

⁴⁶ Pour voir le fonctionnement de cette machine, une vidéo de présentation est disponible à l'url suivant (consulté le 12.06.15) : https://www.youtube.com/watch?v=2_tXudy_2xg.

Un autre exemple de cette dissémination sous la forme de bornes d'arcade est la « *Charity Arcade* » (la machine d'arcade de Charité) créé par la Croix Rouge. Placées dans les aéroports, ces bornes reversent les pièces accumulées pour des œuvres caritatives. Le joueur lui, dispose d'une interface dont le masque ludique propose « d'aider quelqu'un tout en s'amusant ». Le don est oublié en échange d'un service. Le joueur peut alors s'adonner aux plaisirs de jouer à *Pac-Man* ou *Space Invaders* (conçu par Tomohira Nishikado, édité par Taito en 1978) et se prendre d'addiction pour battre le *high score*. Le renforcement positif est double. Il passe par la possibilité de jouer mais aussi par la « tire-lire » transparente de la borne digitale venant féliciter la « bonne » action du joueur qui peut voir sa contribution s'ajouter à celles des autres.



Figure 3.23 La Croix Rouge, *Charity Arcade*, aéroport de Stockholm, 2014

Ces différents exemples servent ici à la fois à donner une image de la *gamification* et de ses moyens d'expansion. La forme de la borne est riche de sens et d'histoire, compte tenu de son affinité avec l'« éducation » comportementale. Cette forme ludique de la *gamification*, comme borne, m'intéresse particulièrement. Ces espaces séparés, ranimant d'anciens jeux vidéo, apparaissent comme des stations à but précis dans lequel l'individu contemporain s'isole pour effectuer son action. Il se met au défi pour tirer des récompenses supplémentaires alors

qu'il pourrait faire « simplement » sa lessive ou un don⁴⁷. Ces ressorts motivationnels ludiques réutilisés me paraissent particulièrement pertinents à mettre en scène dans *L'Envers du Décor*. Ils permettent de traduire une augmentation du réel par le jeu. De cette manière, si la *gamification* est omniprésente dans mon projet – comme elle l'est dans la vie de tous les jours –, les différents domaines dans lesquels elles se déploient possèdent chacun leur borne digitale. La forme de ces bornes, qui affichent des couleurs et des thématiques différentes, est l'hybridation de machines d'arcade et de stands de fêtes foraines. Ce choix retrace la diffusion des machines à sous et d'arcade dans ces lieux festifs, dont le stand forain pourrait être considéré comme son ancêtre non-mécanique. Selon Mathieu Triclot, la machine d'arcade délocalise les loisirs de la fête foraine dans des lieux de commerce, comme les centres-commerciaux. L'attraction de fête foraine et d'arcade sont liées en ce qu'elles cherchent toutes deux à dispenser « tourbillon et vertige »⁴⁸. Leur parenté permet également de jouer sur la cohérence d'ensemble du projet qui s'articule autour de l'univers des parcs à thèmes et des fêtes foraines. La société F.U.N, dispensatrice de la *gamification*, détient le monopole de fabrication de ces « Stations de jeux » qui dissimulent sous des allures festives, des activités sérieuses, à l'image de celles citées dans le scénario d'usage : travailler, être citoyen, charitable et aider au meilleur développement de l'humain et du monde, etc. Station de bonne conscience, station de bonne humeur, station de performance, station de salaire, et ainsi de suite, viennent habiller la ville aux couleurs du jeu et prendre le joueur dans l'illusion de faire d'une vie « des gestes de plaisir » et d'être en règle avec sa conscience morale tout en s'amusant.



Figure 3.24 Concept des stations de jeux

⁴⁷ On peut noter que la création de ces bornes n'invente pas le processus. De nombreux jeux, défis sportifs, spectacles télévisuels fonctionnent avec cette idée de contrepartie, en reversant une partie des dons collectés à des associations caritatives.

⁴⁸ M. TRICLOT, *La Philosophie des jeux vidéo*, Paris, La Découverte, 2011, p. 131.



Figure 3.25 Vincent Aubry, modélisation de la station de bonne conscience

A l'approche de ces stations, le joueur peut activer des mini-jeux mettant en scène les valeurs et les promesses de la *gamification*. Plusieurs sont disposées à l'intérieur de chaque niveau. Ces stations sont comme des portraits ludiques de la *gamification*, mais celles-ci se disséminent aussi dans l'espace de la ville. Les mini-jeux de ces stations ont des conséquences immédiates dans l'univers. Ainsi ce qui apparaît dans la fiction de ces mini-jeux, loin de la conscience des habitants de cette société ludique se révèle dans l'espace public du jeu. Ces stations portent en apparence sur le collectif et le participatif mais leurs dimensions s'avèrent souvent promouvoir un mode de vie individualiste. Par exemple les *high scores* sont affichés dans cette ville fictive, incitant le joueur à se dépasser par l'entremise de ressorts compétitifs.

Les mini-jeux calqués sur des jeux d'arcade s'inscrivent dans des logiques béhavioristes et pavloviennes exagérées pour faire ressortir les véritables traits qui se trouvent derrière la *gamification*. Ces promesses séduisantes en apparence révèlent le portrait d'une société où les individus contemporains vivent dans une optique ludique généralisée, faisant du jeu une sorte d'idole, à l'image du « Dieu Bandit Manchot » dépeint par Valérie Arrault⁴⁹. En s'intégrant dans la dimension d'un ARG, ces stations de jeux deviennent des constructions tant virtuelles que réelles. En effet, en les disposant à des endroits stratégiques et critiques de la ville de Montpellier⁵⁰, l'objectif est alors, par le biais de ces bornes d'arcade mais aussi d'autres dispositifs, d'amener le joueur sur le site web où le projet est jouable. Cette fois-ci, dans ce contexte, c'est la critique qui prendrait les allures du masque du jeu, non pas pour mieux faire avaler le *pharmakòn* à ces utilisateurs, mais pour leur donner à comprendre, justement, la saveur amer qui s'y cache. Bien que mettant d'ores et déjà en scène les promesses de la *gamification*, ces mini-jeux prennent, de cette manière, une ampleur critique compte tenu de la totalité du système de jeu proposé. C'est cette dimension critique qu'il faut à présent étudier pour comprendre quels discours la *gamification* tient sur la société contemporaine. Les bornes digitales étudiées mettent la technologie, le jeu et l'argent, en tête du même podium qui nourrit le système politique et social de l'individu contemporain. Ne faut-il pas, à l'image de la critique adressée au béhaviorisme être méfiant des processus qui sont en jeu dans ce mouvement ? Une utopie à l'image de celle de Skinner n'est-elle pas l'expression de valeurs et de mécanismes qui ne croient plus aux possibilités d'élévation de l'humain par le travail de sa conscience, de son intellect et par la compréhension de sa place au sein d'un système qui dépasse son individualité ?

In the context of designing a society, such as that imagined by Skinner (1948), this raises questions regarding who is designing that society, what values are inherent in that design, and who is judging what constitutes appropriate and inappropriate behavior (i.e, the behaviors that should be reinforced or punished). Because the gamified world envisioned by McGonigal (2011) and Schell (2010) is one in which a designer decides on these exact issues, perhaps we should be careful to hold these game designers to account in much the same way that behavioral psychologist have been.⁵¹

⁴⁹ V. ARRAULT, *L'Empire du Kitsch*, pp. 97.

⁵⁰ L'objectif de cette recherche doctorale est de travailler sur le *design* critique de mon jeu et la partie spécifique qui est prototypée. Il ne sera pas ici plus question du développement de la dimension ARG qui l'englobe.

⁵¹ C. LINEHAN, B. KIRMAN, B. ROCHE, *op. cit.*, pp. 100-101.

[Traduction] Dans le contexte de conception d'une société, telle que l'a imaginée Skinner (1948), des questions se dressent au regard de qui conçoit cette société, quelles valeurs sont inhérentes à ce *design*, et qui juge de ce

2. Promesses et valeurs

Malgré le polymorphisme de la *gamification*, tous ses prédicateurs s'accordent sur un même registre, celui de la puissance du jeu, et corroborent par-là l'utopie proposée par Jane McGonigal. Le scénario d'usage permet de relever plusieurs promesses d'émancipation et de progrès que l'on peut regrouper sous trois grandes catégories : économique, comportementale-personnelle et comportementale-citoyenne. Pour comprendre quelle émancipation et quels progrès transparaissent dans la *gamification*, il est nécessaire de dépasser les phénomènes concrets observés lors du scénario d'usage. C'est donc de ce deuxième temps de la Totalité dont il est question. L'objectif est de creuser sous la surface, derrière ces interfaces ludiques, pour révéler quelles structures idéologiques et quelles valeurs s'y manifestent.

L'immédiat, phénomène ou « fait » ne suffit pas car il n'est que manifestation, apparence. Il faut aller plus loin, ou plus profondément, et creuser pour découvrir ce qui se cache, non pas derrière lui mais en lui.⁵²

2.1 De nouveaux ressorts dans le domaine du travail : l'engagement total

Dans les exemples cités, il n'en est pas un qui ne s'inscrive dans la promesse d'un « engagement total ». Cette expression est empruntée à Byron Reeves, professeur en communication à l'Université de Stanford et co-directeur de l'institut *Human Sciences and Technologies Advanced Research* (H-STAR) et J. Leighton Read, partenaire général chez Alloy Ventures, une entreprise d'investissement dans le domaine de la technologie et des sciences de la vie. Leur ouvrage commun, *Total Engagement, Using games and virtual worlds to change the way people work and businesses compete*, est l'une des références clés de la *gamification*. Publiée en 2009, l'étude a originellement été commanditée en 2007 par IBM⁵³. Elle développe l'idée que le jeu possède le pouvoir d'impliquer ses utilisateurs et de capter leur attention comme aucun autre objet. C'est l'idée déjà développée dans le premier chapitre d'une

qui constitue un comportement approprié ou inapproprié (*i.e.*, les comportements qui doivent être renforcés ou bien punis). Car la vision d'un monde ludique imaginée par Jane McGonigal (2011) ou Jesse Schell (2010) est une vision où le concepteur de jeux vidéo décide de ses aboutissants. De la même manière que les psychologues behavioristes ont été considérés, peut-être devrions-nous être attentifs et en tenir compte pour ces *game designers*.

⁵² H. LEFEBVRE, « La notion de totalité dans les sciences humaines et sociales », *Cahiers Internationaux de sociologie*, Paris, PUF, 1955, p. 60.

⁵³ S. DETERDING, « The Ambiguity of games : Histories and discourses of a gameful world », *op. cit.*, p. 30.

immersion totale. *Total Engagement* prend d'ailleurs appui pour mener son étude sur les MMORPGs, tout comme les discours d'Edward Castronova et Jane McGonigal. Ces jeux concentrent, selon ces auteurs, toutes les clés pour améliorer le monde réel. *Total Engagement* cherche à en extraire leur essence, pour connaître les mécanismes du dévouement de leurs joueurs. L'objectif est alors de réutiliser ces ressorts pour créer la même dévotion au quotidien, et plus particulièrement à son travail. Selon Byron Reeves et J. Leighton Read, les MMORPGs sont déjà similaires à un emploi. Comble de la situation, les joueurs paient pour pouvoir l'effectuer⁵⁴. Les guildes, ces regroupements de joueurs, montrent les mêmes exigences que l'on attend d'un employé dans une entreprise : être présents à heure fixe et effectuer des tâches spécifiques comme acheter, vendre, analyser, évaluer, catégoriser, et parfois même jouer le rôle de CEO.

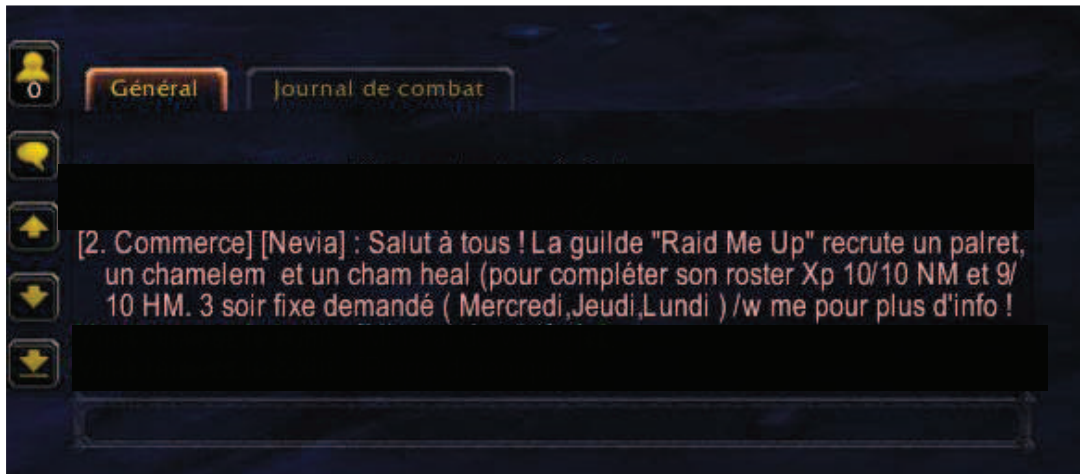


Figure 3.26 Capture d'écran *World of Warcraft*, zoom sur la fenêtre de conversation, message d'une guilde recrutant des joueurs aux profils spécifiques (paladin vindicte, chaman élémentaire, chaman soigneur), 2015

Les joueurs travaillent mais aussi consomment dans ces univers à l'économie dématérialisée⁵⁵. L'acquisition de biens virtuels, n'ayant de fonctionnalité que dans le jeu, traduit ce lien important du joueur aux univers fictifs dans lesquels il est prêt à dépenser de l'argent réel. Cette possibilité d'achat se retrouve dans les MMORPGs et plus généralement dans les *Free-To-Play*⁵⁶. Gabe Zichermann traite du cas Zynga, société de développement de jeux sur réseaux

⁵⁴ B. REEVES, J. L. READ, *Total Engagement, Using games and virtual worlds to change the way people work and businesses compete*, Harvard Business Press, Boston, Massachusetts, 2009, p. 5.

⁵⁵ *Ibid.* p. 126.

⁵⁶ Les *Free-To-Play* sont littéralement des jeux gratuits. Ils désignent tous les jeux vidéo adoptant une approche marketing et économique du *freemium*. Ce modèle économique consiste à donner l'accès à une version

sociaux. Créée par Mark Pincus en 2007, Zynga est, selon Gabe Zichermann, la première société à avoir théorisé l'engagement du consommateur par des principes rationnels. Celle-ci est à l'origine d'un bouleversement paradigmatique des stratégies de programmes de fidélité desquelles les achats de biens virtuels découlent. Dans la simulation de ferme *FarmVille*, joué par plus de quatre-vingt millions de personnes sur la plateforme Facebook, le joueur n'a pas de récompense réelle pour sa fidélité. Il ne reçoit que des récompenses virtuelles qui le poussent pourtant à revenir chaque jour, ou bien au bout d'un temps donné, à se connecter pour récupérer ses récoltes, des points ou des bonus. Selon Gabe Zichermann, Zynga révolutionne les programmes de fidélité qui consistaient auparavant à donner une récompense physique⁵⁷. Aujourd'hui, la fidélité et l'engagement des clients augmentent alors que les récompenses coûtent de moins en moins cher, puisque celles-ci sont dématérialisées et inscrites dans des logiques de reproductibilité infinie. Les jeux vidéo cités sont des exemples qui fascinent et inspirent le domaine du travail et du *management*. « *We believe that people will soon do their job inside a game, and many more will thrive in information environments that have features borrowed from today's best game* »⁵⁸.

La promesse de l'engagement total porte en elle l'idée que plutôt que de superviser des employés, ceux-ci seraient capables de s'autogérer puisqu'ils sont impliqués⁵⁹ comme dans un jeu vidéo. L'utilisation de dispositifs vidéoludiques dans le cadre du travail permet, selon Byron Reeves et J. Leighton Read, une réconciliation des intérêts individuels et organisationnels. Cette réconciliation offre la possibilité de mesurer la productivité des employés. Les dispositifs ludiques sont pensés comme des rétroactions à partir desquelles les employés seraient capables, de manière autonome, de s'améliorer, notamment par ce nouvel élan d'aspiration qui leur est insufflé, par la mesure et le jeu. Le travail, rendu ludique, cherche à éviter l'écueil de l'ennui

limitée d'un produit gratuitement, et de proposer ensuite à une base de clients fidèles des offres premiums, c'est-à-dire des avantages payants. Dans le cas des jeux vidéo, le modèle *freemium* se retrouve effectivement dans les MMORPGs comme *WOW*, mais le modèle est différent par exemple dans les jeux Facebook, comme *Criminal Case*, où ce sont les possibilités d'agir dans le jeu qui deviennent payantes – ou alors qui demandent des heures d'attente extrême, comme des semaines entières, pour susciter la frustration du joueur.

⁵⁷ Dans sa conférence « Fun is the Future : Mastering Gamification », Gabe Zichermann rappelle brièvement que l'apparition des programmes de fidélité date du 18^e siècle et consistait en un échange de bons procédés : contre 10 kg de sucre acheté, le vendeur remerciait le client en lui offrant 1kg de sucre afin de l'inciter à revenir. Au 19^e siècle, c'est un système de coupons qui est mis en place et qui perdure jusqu'au 20^e.

⁵⁸ B. REEVES, J. L. READ, *op. cit.*, p. 4.

[Traduction] Nous croyons que les gens vont bientôt faire leur travail à l'intérieur d'un jeu, et beaucoup d'autres vont s'épanouir dans la gestion d'environnements remplis d'informations qui emprunteront les caractéristiques des meilleurs jeux d'aujourd'hui.

⁵⁹ *Ibid.* p. 6.

en renouant avec la motivation intrinsèque des jeux. De nouveaux objectifs le rendraient plus passionnant en proposant non plus une *gratification* matérielle mais des *récompenses* virtuelles de biens, de score, ou encore de titre. Dans la société contemporaine, les jeux dans le domaine du travail ont pour ambition de pallier à la fatigue nerveuse qui a pris le pas sur la fatigue physique⁶⁰. Cet « idéal » de productivité s'inscrit aussi dans une logique selon laquelle les employés doivent augmenter leur productivité à l'aide de nouvelles technologies. Conscience professionnel, goût du travail bien fait, vocation disparaissent totalement des ambitions de la *gamification*. L'utilisation d'une dimension ludique, elle, cache par sa volonté d'engager totalement le travailleur-joueur l'espoir que celui-ci travaille non pas pour une gratification externe – son salaire – mais pour le plaisir de jouer. Si le travail en vient à s'effectuer par l'entremise d'interfaces ludiques à l'image des MMORPGs, la *gamification* du travail n'aurait-elle pas pour intention de remplacer la rémunération de l'employé par des biens « virtuels », ayant une utilité seulement dans ces univers fictifs que le travailleur-joueur aime tant, à la manière des programmes de fidélité et des *free-to-play* ? Pour Ian Bogost et P-J. Rey il ne fait aucun doute que la *gamification* possède une orientation qui vise l'exploitation de son utilisateur.

Ian Bogost, dans son article « Why gamification is bullshit ? », propose de renommer la *gamification* pour l'appeler « *exploitationware* » (outil d'exploitation). Sa critique se fonde sur la tendance générale que représente la *gamification* plus que sur ses formes concrètes. En effet, son procédé de présentation est celui d'un remède miracle, un produit qui porte en lui la solution capable de résoudre tous les problèmes économiques des entreprises. Ian Bogost retrace la *gamification* issue du *marketing* et du *consulting*. Celle-ci récupère le goût pour le jeu de l'individu contemporain.

*The first is the « game », of course, that strange, dark medium that captures attention in entertainment contexts yet somehow withholds it from business ones. If only we could capture the magic and power of games and apply them to other contexts, imagine what we could achieve! Games are appealing yet terrifying to businesses because they seem like magic attention machines, inspiring players to devote tens or hundreds of hours to them.*⁶¹

⁶⁰ Cette idée est développée par Alain Cotta, *La Société Ludique*, p. 19, selon qui dans les sociétés industrielles le temps laborieux, physique, éprouvant, diminue. L'information vient se substituer à l'énergie et entraîne la prolifération d'activités bureaucratiques. Selon Alain Cotta, l'ennui est ce qui se substitue à la fatigue musculaire : il provient essentiellement des métiers de l'information. Cf. chapitre 5, p. 212.

⁶¹ I. BOGOST, « Why Gamification is bullshit », in. S. P. WALZ, S. DETERDING, *The Gameful World*, p. 67

La *gamification* met en scène un médium terriblement attrayant pour faire des affaires. Elle est un argument de vente. Son tour de passe-passe joue sur la contradiction du côté mystérieux du jeu, par ses mécanismes de capture d'attention, et de sa prévisibilité, par la rationalisation de ses codes, ses règles, et ses recettes faciles à appliquer. Le jeu se retrouve apprivoisé, rationalisé comme il a déjà été vu dans la trajectoire historique du chapitre précédent. C'est ici le même procédé qui se répète et se réaffirme à la lumière des nouvelles technologies. Ainsi pour Ian Bogost, la *gamification*, dans son procédé même, est déjà le fruit d'une exploitation. Elle est pour lui une idée creuse, qui fait miroiter l'illusion d'un jeu dompté pour améliorer les structurations des entreprises et la valeur de leurs produits.

PJ Rey, sociologue à l'Université de Maryland, s'intéresse lui aussi aux procédés de la *gamification* dans le domaine du travail. Dans son article « Gamification and post-fordist capitalism », il retrace les relations entre des assumptions idéologiques contemporaines, capitalistes post-industrielles et la *gamification*. Selon lui, cette dernière fait la promotion du capitalisme compte tenu de ceux qui en profitent. Il préconise une certaine méfiance envers ceux qui la prêchent. Stimulateur d'activités économiques et de comportements de consommation, la *gamification* entre en contradiction avec l'une des définitions du jeu qui en fait une activité libre. Dans le cadre du travail, le jeu n'est plus libre mais soumis au sérieux qui vient alors le corrompre. L'apparent paradoxe soulevé par PJ Rey, entre la liberté du jeu et l'obligation du travail⁶², voit sa résolution dans le caractère séduisant de ce *soft power* que représente ce phénomène. Ce processus de dissémination du jeu met en place une rhétorique qui pousse l'individu à le souhaiter. Ainsi sans être directement coercitive, la *gamification* est créatrice d'individus disposés à l'accepter, à l'image de ces citoyens amollis décrit par Tocqueville. La *gamification* est flexible, mobile, à l'image du postfordisme. Cette flexibilité apparaît en opposition au travail rationalisé dans les usines et rencontre les logiques de résistance du *fun* déjà étudiées au chapitre précédent. En reprenant l'expression de Julian Kücklich, JP Rey n'hésite pas à parler de « *playbor* » contradiction du jeu et du labeur : « *Gamification does not attempt to transform work into play; rather, it tries to create the*

[Traduction] Le premier est le « jeu » bien sûr, cet étrange, sombre médium qui capte l'attention dans des contextes de divertissement qui possèdent encore d'une certaine manière des retenues de ceux des affaires. Si seulement, il était possible de capter la magie et le pouvoir des jeux et de l'appliquer dans d'autres contextes, imaginez ce que l'on pourrait atteindre ! Les jeux sont terriblement attractifs pour les affaires car ils ressemblent à des machines magiques qui captent l'attention et qui inspirent les joueurs à leur dévouer 10 ou 100 heures.

⁶² PJ REY, « Gamification and post-fordist capitalism », in. S. P. WALZ, S. DETERDING, *The Gameful World*, p. 279.

conditions for a play-like activity that is, ultimately, still productive »⁶³. Si PJ Rey voit dans la *gamification* une forme moins aliénante que le travail traditionnel, son travestissement possède, selon lui, des implications plus fortes sur l'individu contemporain post-fordiste qui devient plus facilement manipulable, plus volontaire et mieux exploité.

Les valeurs de compétition sont aussi au centre de cette tendance qui dans le milieu de l'entreprise tend à détruire le travail d'équipe et renforce une perspective individualiste.

*Gamification may also serve to disempower workers. To the extent that gamification uses competition to motivate workers, it poses a potential threat to worker solidarity. In fact this present a reason we might expect to see capitalists favor competitive games elements over cooperative ones.*⁶⁴

Si PJ Rey laisse supposer une manipulation des individus contemporains, la question de leur adhésion et de leur engagement reste en suspens. Mark J. Nelson dans son étude des conditions préliminaires d'existence de la *gamification* remet en cause cet engagement. Il soulève une autre tendance tout aussi négative, à savoir la dévalorisation de la personne infantilisée dans ces processus ludiques. PJ Rey y voit alors le signe d'un désenchantement de la *gamification* qui, lorsque la manipulation ou l'exploitation apparaît de manière peu subtile, détruit l'illusion du jeu⁶⁵.

2.2 S'améliorer : le soi quantifié

L'autogestion et la productivité renvoient à la deuxième promesse de la *gamification*, à savoir celle de la quantification permettant l'amélioration des performances de l'individu contemporain. Les exemples évoqués dans le scénario d'usage tels que *X-Torp*, *Nike+*, *Foodzy*, *ClassCraft* et les lunettes de réalité augmentée offrent tous une mesure des performances de son utilisateur, de l'employé au *manager*, du patient au thérapeute dans le cas du projet *Az@GAME*, de l'élève à l'enseignant dans *ClassCraft*, ou bien de soi pour soi. Les

⁶³ *Ibid.* p. 287.

[Traduction] La *gamification* n'a pas l'intention de transformer le travail en un jeu; elle essaie plutôt de créer les conditions d'une activité qui ressemble à un jeu, et qui est en fin de compte toujours productive.

⁶⁴ *Ibid.* p. 289.

[Traduction] La *gamification* peut aussi servir à priver le travailleur de son autonomie. Dans la mesure où la *gamification* utilise la compétition pour motiver le travailleur, une menace potentielle apparaît allant à l'encontre de la solidarité entre les employés. En fait, cela présente une raison pour laquelle nous devrions nous attendre à voir les capitalistes préférer les éléments de jeux compétitifs par rapport à ceux coopératifs.

⁶⁵ *Ibid.* p. 291.

performances sont ici entendues dans un sens large puisqu'elles peuvent aller de l'entraînement cognitif ou physique, à l'acquisition de connaissances, de savoir-faire ou de compétences professionnelles ou pédagogiques. Cette évaluation de l'individu contemporain fonctionne par la récupération de données, leur enregistrement et leur communication aux utilisateurs par un système de rétroaction. Symbole d'une hyperrationalisation du jeu et de la vie quotidienne, ces applications mettent en place une « quantification de soi » (*quantified self*) possible grâce à des dispositifs technologiques. C'est la mesure qui est au centre de cette promesse et qui motive l'utilisateur. Celle-ci permet aussi de faire ressortir les leviers motivationnels de la *gamification*. Ces recettes prêtes à l'emploi sont présentes dans la majorité des applications citées. Gabe Zichermann reprend sous la forme d'une boucle (Cf. figure 3.27) les six éléments de *game design* qui permettent de rendre ludique une application ou une tâche. La motivation de l'utilisateur passe par l'établissement d'objectifs précis (2) et la visualisation des difficultés à venir qui sont représentées comme des obstacles ludiques à franchir (1). C'est aussi le fait d'avoir immédiatement accès aux résultats qui stimule l'utilisateur. Ceux-ci sont visibles sous la forme de classements (3), de badges (4), parfois de niveaux d'expérience⁶⁶.

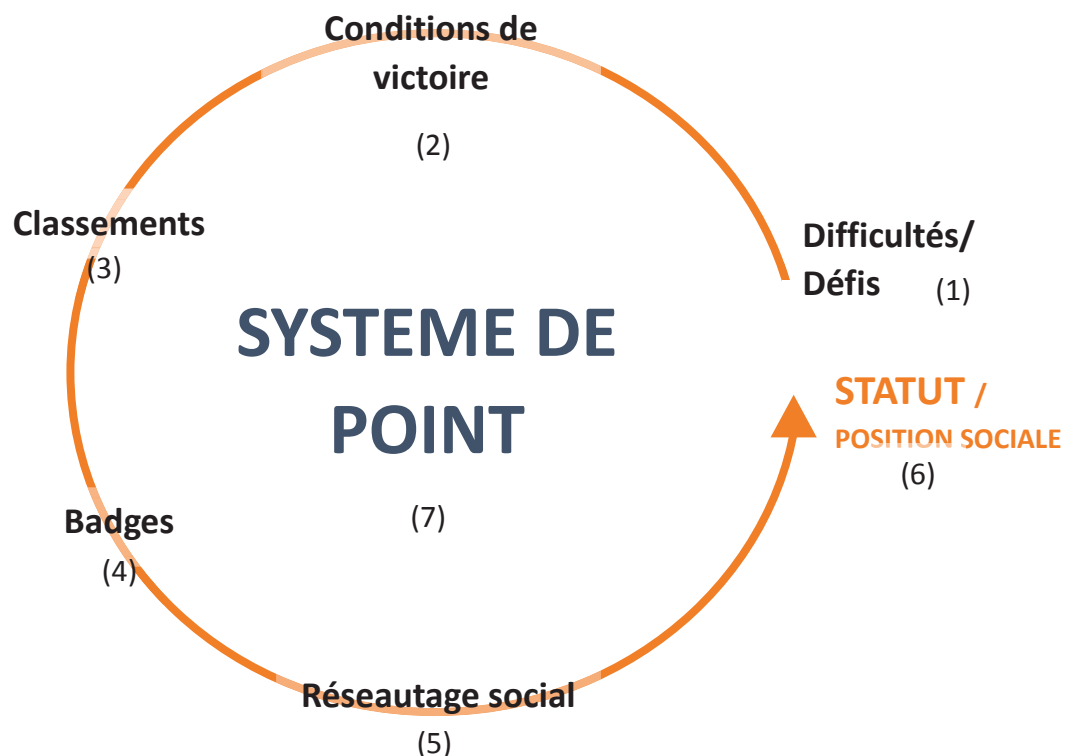


Figure 3.27 Gabe Zichermann, boucle de gamification traduite, conférence « Fun is the Future »

⁶⁶ L'accumulation de points d'expériences est appelée « leveling ». Il s'agit d'une mécanique de *game design* issue des jeux de rôles dont il a déjà été question dans le chapitre précédent. Elle permet de donner aux personnages joués des niveaux afin de débloquent des compétences et de les faire évoluer.

Les badges⁶⁷ et les niveaux gagnés par le joueur sont à l'image des grades de l'armée ce qui appuie une fois de plus la parenté entre la *gamification* et le domaine militaire. Classement et badges sont des récompenses virtuelles qui vont jouer un rôle dans une dimension communautaire, notamment sur des réseaux sociaux (5). Ces éléments sont des manières de calculer les performances des utilisateurs. Ils fonctionnent tous à l'aide d'un système de points (7) dont le nombre va apparaître comme les signes d'un statut (6), de la même manière dont pourraient l'indiquer les chiffres d'un compte en banque, ou de ses manifestations : voiture, vêtement de marque, et tout autre élément permettant d'indiquer le niveau de vie d'un individu. Les points sont au centre de la *gamification* comme ils le sont déjà au centre de la vie de l'individu contemporain – le système monétaire est aussi un système de comptabilité de points permettant d'une certaine manière, aussi, d'afficher un statut.

Ces différentes recettes prêtes à l'emploi ont pour but de stimuler le joueur afin qu'il s'améliore. La compétition est également très présente dans ces applications. Elle soutient l'ensemble du système. L'ensemble des récompenses que le joueur obtient est visible sur son profil, partageable dans un fil d'actualité, ou auprès de ses amis entraînant ainsi un méta-jeu entre les utilisateurs cherchant toujours à faire un meilleur score que l'autre, car pour ceux-ci, il ne s'agit plus de marquer plus de points mais de gérer sa vie mieux que les autres, avec plus d'application et de compétences. La vie devient un jeu sous le filtre de ces logiciels qui poussent à vouloir gagner dans la moindre des actions, le plus de points possibles. Mais cette réduction du jeu à des mécaniques ludiques, essentiellement constituées de point, permet-elle vraiment de créer l'illusion d'une fiction jouable ?

⁶⁷ L'utilisation de badges est souvent attribuée à l'application *Foursquare*. Foursquare a été créé par Dennis Crowley, Naveen Selvadurai, Harry Heymann, Nathan Folkman, Mike Singleton, en 2009. Cette application permet de rendre ludique les interactions sociales en géolocalisant l'utilisateur qui peut alors évaluer le lieu dans lequel il se trouve. L'utilisateur peut alors devenir une référence, et « maire » de certains lieux: « *When you become the mayor of a place in Swarm, you not only get a snazzy title, you get a crown sticker to brag to all of your friends! If you and a couple friends have been checking in to a place, the person who has been there the most lately will be mayor.* ». Citation disponible à l'url suivant (consulté le 30.05.15) : <https://support.foursquare.com/hc/en-us/articles/201065220-Friend-Mayors>.

[Traduction] Quand vous devenez maire d'un endroit in Swarm (application incluse dans Foursquare qui favorise la rencontre avec ses amis), vous n'obtenez pas seulement un titre stylé, vous obtenez une vignette dont vous pouvez vous vanter devant tous vos amis ! Si vous et un couple d'amis avez pointé (*checking* : il s'agit de l'action d'indiquer où le joueur se trouve) dans un lieu, la personne qui s'y rend le plus souvent en devient le maire.

Ces recettes prêtes à l'emploi attirent également des critiques. Renommée comme « *pointification* »⁶⁸, la *gamification* a tendance à exploiter les mécaniques les plus basiques des jeux vidéo, laissant de côté toute la difficulté de la création de l'expérience ludique (*play*). C'est ce que lui reprochent des concepteurs qui s'inscrivent à l'intérieur de cette mouvance tel que Jane McGonigal : les jeux proposés n'ont bien souvent de ludique que leur système qui se réduit à de l'accumulation de points, de la collecte de badges, ou encore à un classement du joueur⁶⁹. Ian Bogost également remet en cause le *game design* de ces applications. Il y a souvent confusion entre les termes. La *gamification* apparaît comme un type de *game design* spécifique alors qu'elle ne l'est pas⁷⁰. Elle est plutôt un système de récupération de données qui prend des allures ludiques.

Dans son livre *Loyalty 3.0*, Paharia Rajat explique que la loyauté se compose de trois éléments⁷¹ :

- les recherches en sciences sociales qui permettent de déterminer ce qui influe sur la motivation des individus.
- les *Big Data*, c'est-à-dire toutes les données stockées et analysées sur les comportements et les pratiques des individus.
- et enfin la *gamification* qui permet de combiner la motivation et les *Big Data*, tout en faisant apparaître des outils engageants, capables de révolutionner les activités des employés et des consommateurs.

Ainsi, on retrouve au cœur de ce mouvement un moyen de collecter des données et d'analyser des schémas comportementaux. Les systèmes de métriques ne sont pas le propre de la *gamification*, ils existent déjà dans les jeux vidéo pour évaluer les attitudes des joueurs, leurs erreurs, leur tendance à effectuer telles actions ou telles stratégies, décrites par l'un des directeurs créatifs de Ubisoft Jonathan Morin, dans son article « Le jeu vidéo et le digital entertainment »⁷². Ces données sont analysées à des fins de conception mais aussi de *marketing*

⁶⁸ M. ROBERTSON, « Can't play, won't play », 2010, disponible à l'url suivant (consulté le 06.07.15) : <http://hideandseek.net/2010/10/06/cant-play-wont-play/>.

⁶⁹ J. MCGONIGAL, « We don't need No Stinkin'Badges : How to reinvent reality WITHOUT gamification », *GDC 2011*, Vault, <http://www.gdcvault.com/play/1014576/We-Don-t-Need-No>

⁷⁰ I. BOGOST, *op. cit.*, p. 68.

⁷¹ R. PAHARIA, *Loyalty 3.0: How to Revolutionize customer and Employee Engagement with the Big Data and Gamification*, New-York, McGraw-Hill, 2013, pp. 15-16.

⁷² Pour donner un exemple de l'utilisation de la récolte de données, Jonathan Morin explique comment les données analysées ont révélé que les joueurs fixent une partie particulière de l'écran dans laquelle il est plus simple de mettre du texte et des instructions. « Le jeu vidéo et le digital entertainment », in. *Big, Fast and Open Data*, collectif sous la dir. de Yannick Lejeune, Paris, FYP, 2014, p. 68.

afin de sortir le jeu au plus proche de ce que la cible attend et peut s'approprier. Dans le cas de la *gamification*, les données constituent un trafic sous-jacent, où ces lots d'informations sont redistribués aux entreprises les plus offrantes. Les *Big Data* s'inscrivent comme des leviers économiques. Selon Gilles Babinet, le rôle des données est d'analyser, de prédire et de réagir pour adapter l'offre au client⁷³. Si les *Big Data* constituent pour beaucoup une perspective d'avenir, elles sont aussi dangereuses vu les informations récoltées et la négation de leur appartenance aux individus qui les génèrent. Surveillance, *marketing* agressif, pré-évaluation de la personnalité de l'individu contemporain pour des entretiens d'embauches, des prêts bancaires ou des contrats d'assurances, ces données peuvent tout autant devenir le cauchemar de l'individu contemporain. C'est ce que dénoncent Stephan P. Walz et Sebastian Deterding en reprenant l'exemple de *Loyalty Partner's* dans les années 2010 qui s'est vu décerné pour sa nouvelle carte *Payback* le *Big Brother Award*, un prix « négatif », allemand, organisé par la FoeBud visant à informer les consommateurs de la violation de leurs droits. La *gamification* s'inscrit à l'intérieur de cette logique des données. Certaines applications, comme *Foldit*, donnent accès à des données scientifiques que les joueurs s'amuse à analyser et à catégoriser. Les logiques des *serious games* elles aussi prévoient une facilitation du traitement des données sous la forme du jeu : l'information est mise en jeu⁷⁴. Enfin, la plupart des applications sur *smartphones* enregistrent des informations sur les utilisateurs et les revendent. Wark McKenzie, dans son essai « Loosing is Fun » traduit le portrait pessimiste et critique des intentions de cette *gamification*. Selon lui, l'individu contemporain pense jouer au travers de ses applications alors qu'il est pris dans le jeu de multinationales comme Apple, Google ou encore Facebook dont l'objectif est de transformer ces données en argent et en monopole⁷⁵. Avec les données de ces individus, ces entreprises jouent un méta-jeu les unes contre les autres, en mettant en place des stratégies, en incitant, ou contrôlant, les désirs et les achats des individus contemporains. Dans cet échiquier géant, ces derniers ne sont plus que des sortes de *pions* pris dans une bataille de titans. Jennifer R. Whitson voit dans cette technique de surveillance, une transformation du corps des individus contemporains en pure information : habitude d'achat, prédilection de vote, préférence utilisateur ou encore numéro de compte en banque⁷⁶. Ceux-ci deviennent comme des données intangibles, vidés de leur humanité.

⁷³ G. BABINET, « Le Marketing », in. *Big, Fast and Open Data*, op. cit., p. 137.

⁷⁴ E. ZIMMERMAN, « Manifesto for a ludic century », in S. P. WALZ, S. DETERDING, *The Gameful World*, p. 19.

⁷⁵ W. MCKENZIE, « Loosing is Fun », in. S. P. WALZ, S. DETERDING, *The Gameful World*, p. 164.

⁷⁶ J. R. WHITSON « Foucault's Fitbit : gouvernance and gamification », in S. P. WALZ, S. DETERDING, *The Gameful World*, p. 343.

2.3 Adopter les bons comportements : l'idéal de gouvernance

La promesse d'un changement de comportement « simple », sans effort, à l'image du *fun* apparaît dans le cadre de cette motivation ludique. En effet, l'engagement, la volonté d'améliorer ses performances témoignent d'une adhésion du joueur à certaines valeurs et certaines actions. Le jeu devient alors un atout pour essayer de changer les habitudes de l'individu contemporain. *Foodzy* par exemple permet de valoriser une alimentation équilibrée et récompense l'utilisateur. *The Fun Theory* est certainement l'un des exemples les plus intéressants à analyser de ce point de vue. Organisé par Volkswagen, premier constructeur automobile mondial, le trophée « *Fun Theory* » fait appel à la créativité des citoyens pour changer leur quotidien. Ce trophée récompense les idées utiles et ludiques qui consistent à modifier les comportements habituels principalement autour de la question environnementale, du recyclage.

La « *Fun Theory* » part du principe que les gens modifient leur comportement plus facilement lorsqu'ils éprouvent du plaisir. Nous tenons compte de cela lors de l'introduction de chaque innovation plus respectueuse de l'environnement. Apporter notre aide à la terre ne devrait jamais être pesant. Nous croyons par ailleurs qu'une plus grande quantité de gens agissent de façon responsable et roulent de manière plus écologique s'ils y trouvent leur plaisir.⁷⁷

Cette idée d'une théorie du *fun* témoigne de l'analyse précédente : le *fun* se trouve accepté et utilisé comme un élément de motivation. Cependant, on peut noter ici que, dans les années 2000, ce projet n'est plus l'expression d'une résistance. Au contraire, il s'agit bien plutôt d'une récupération du *fun* dans une logique de *marketing* viral visant à améliorer l'image de marque de Volkswagen. *Fun Theory* vise à associer leurs produits automobiles à une idée de responsabilité face au réchauffement climatique et la volonté de s'engager dans une logique de diminution des gaz à effet de serre.

Le ludique apparaît comme un facteur permettant d'inciter le changement des comportements en donnant notamment une récompense amusante, intangible, de l'ordre de l'émotion ou de l'interaction sociale. C'est aussi dans cette logique que s'inscrit l'un des premiers jeux humanitaires *Food Force*, qui en donnant conscience d'un problème sociétal, souhaite engager ses joueurs vers des démarches plus responsables, en faisant d'eux des citoyens du monde. A échelle plus locale c'est aussi le but de *WeeAkt*, qui engage par des leviers

⁷⁷ Volkswagen Suède, projet « ThinkBlue », « *The Fun Theory* », disponible à l'url suivant, (consulté le 30.05.15) : http://thinkblue.volkswagen.com/fr_CH/blue_projects/sweden_the_fun_theory.

de compétition les habitants de différentes villes d'un pays dans des actions citoyennes, engagées et éthiques. Ces actions, par des dispositifs vidéoludiques, sont le domaine privilégié du mouvement des *Games for Change* (G4C). Cette association a pour objectif la création et la diffusion de jeux vidéo d'intérêt public. Officiellement annoncée lors de l'événement *Serious Issue*, lors de la conférence « *Serious Games : the non-Profit perspective* » en Juin 2004, la conférence annonce le but de ces G4C : « *to bring together non-profits, foundations and game developers to explore the use of digital games to advance organizational mission and societal change* »⁷⁸. Les G4C naissent d'un même courant que les *serious games*. Leur annonce lors d'un congrès sur la création de *serious games* caritatifs en prouve leur affiliation. La volonté de se séparer de cette forme précise, notamment par la proposition d'une nouvelle appellation, vient en grande partie de l'inscription profonde des *serious games* dans des logiques *business to business*. Ici, les G4C s'affirment dans un élan indépendant quant à la nature de leurs actions. Ils peuvent naître d'intentions privées de concepteurs, d'appels à projet, n'avoir vocation à ne générer aucun bénéfice financier ou bien être des projets de jeux vidéo industriels⁷⁹. En d'autres termes, ils s'inscrivent dans un marché différent et un champ en évolution depuis dix ans allant des œuvres humanitaires aux jeux vidéo aux thématiques plus matures, plus engagées dans leur propos. Le mouvement des G4C a été fondé en 2004 par Suzanne Seggerman, experte dans le domaine humanitaire et la défense de causes sociétales par l'utilisation de média, et Benjamin Stokes, docteur en philosophie de la communication spécialisé dans l'étude de l'impact réel des jeux sur le monde et des médias civiques. Aujourd'hui de nombreux spécialistes du jeu vidéo travaillent au développement de cette plateforme en ligne qui repère et regroupe les jeux vidéo visant à promouvoir le « changement ». C'est par exemple le cas du président actuel, Asi Burak, ancien CEO de Impact Games – une structure déjà orientée vers la création de *serious games* et l'utilisation du jeu vidéo comme moyen d'impacter sur les joueurs. Le mouvement ne s'arrête pas là et organise chaque année plusieurs festivals visant à regrouper les différents acteurs de

⁷⁸ S. SEGGERMAN, B. STROKE, « Launch of Games for Change Online », *Serious Issues, Serious Games : The Non-Profit Perspective*, Juin 2004, New-York Academy of Sciences, New-York City, disponible à l'url suivant (consulté le 31.05.15) : <http://web.archive.org/web/20070313123341/http://www.gamesforchange.org/archives/000036.html>.

[Traduction] Rassembler les fondateurs et développeurs de jeux à but non lucratif pour explorer l'utilisation de jeux digitaux dans l'objectif de faire progresser une mission d'ordre organisationnel sur le changement sociétal.

⁷⁹ Il est possible de relever la variété des jeux vidéo proposés sur cette plateforme, allant de jeux du collectif La Molleindustria comme *Unmanned*, 2012, de jeux vidéo indépendants disponibles sur la plateforme de vente Steam, *This War of Mine* créé par Grzegorz Miechowski, 11 Bits Studio, 2014, ou bien encore de jeux vidéo industriels issus de grandes structures de développement et d'édition comme *Soldats Inconnus* de Yoan Fanise, Ubisoft, 2014.

cette marche humanitaire par le moyen des jeux vidéo. Les G4C apparaissent comme un label venant valider la portée transformatrice des œuvres vidéoludiques proposées sur la plateforme. L'association discerne aussi des trophées représentant le jeu au meilleur *gameplay* (*Best Gameplay Award*), le plus innovant (*Most Innovative Award*) et celui dont l'impact est le plus signifiant (*Most Significant Award*).

Dans la continuité de ce mouvement, c'est aussi le travail participatif qui est valorisé par la connectivité des individus contemporains à travers les réseaux sociaux et les jeux multijoueurs. Cooper Seth dans son article « *Massively Multiplayer research : gamification and (citizen) science* » développe l'idée que les jeux vidéo représentent un nouveau paradigme pour une collaboration massive dans le domaine de la science. Ils permettent la juste combinaison entre ce à quoi les humains sont naturellement doués, les jeux, et des logiciels techniques qui en ont l'allure⁸⁰. La manière dont les jeux présentent des problèmes et augmentent graduellement leur niveau de difficulté peut entraîner des joueurs sur des problématiques concrètes qui contribuent à la recherche. Les jeux deviennent alors un outil de résolution de problèmes. La science est alors plus amusante, plus abordable et plus soluble. Cette promesse d'un travail participatif, plus efficace par le biais du jeu, s'applique à des domaines tels que la biologie avec *Foldit* ou encore *EyeWire* conçu en 2012 à l'Université de Princeton. Ce dernier permet de cartographier le cerveau sous la forme d'un puzzle 3D représentant des neurones. Il n'y a d'ailleurs pas que dans le domaine de la science que l'on retrouve cette facilitation d'un travail collaboratif par le ludique, comme le montre *WeeAkt* par l'incitation à des actions citoyennes.

Derrière ces utilisations, c'est bel et bien le changement de comportements des individus qui est visé par le jeu. La *gamification* propose un idéal de gouvernance où les individus seraient capables de se gouverner eux-mêmes, de prendre des décisions responsables quant à leur santé, leur éducation, leur productivité au travail. Cependant, si l'intention du changement social, et de l'émancipation des individus est effectivement nécessaire et urgente dans les situations politiques, économiques et environnementales actuelles, on peut se demander si ce changement est effectif en jeu et perdure par la suite. Si l'on observe les valeurs qui se trouvent derrière ces jeux, on s'aperçoit que les ressorts de la *gamification* jouent du masque du ludique et de compétition tout en promouvant finalement des actes individualistes. Le jeu semble utilisé pour

⁸⁰ S. COOPER, « Massively multiplayer research : gamification and (citizen) science », in. S. P. WALZ, S. DETERDING, *The Gameful World*, p. 490.

diriger un maximum de personnes vers des actions considérées comme meilleures. L'émancipation est alors à questionner : si la *gamification* n'aspire pas à dépasser ce stade qui vient conditionner, habituer, l'individu à être récompensé et à voir dans ces « bonnes » activités un moyen d'obtenir des récompenses, peut-elle vraiment être considérée comme dispensatrice d'autonomie pour l'individu contemporain ? Tout comme l'utilisation du *fun* dans le domaine du travail, la dimension autotélique des différentes activités citoyennes disparaît au profit de petites récompenses et de petites jouissances immédiates. C'est également ce que l'on retrouve dans le cas des différentes bornes de recyclage, de la « *Bottle Bank Arcade* » à celle de Canibal. Ces actions citoyennes et responsables sont étouffées par les promesses de service qui passent par les points et les jeux, les réductions et les avantages ou encore le statut de l'individu contemporain. Elles laissent apparaître des structures plus globales orientées vers la productivité et l'efficacité bien plus que vers l'humain.

La mécanique du score et sa signification

Dans mon projet, les différents mécanismes sur lesquels s'appuie la *gamification* sont à intégrer pour représenter une image juste de ses promesses. Badges, *high score*, compétition, statut et points doivent réapparaître dans le système de jeu. La *pointification*, notamment, est mise en scène dans *L'Envers du Décor* comme l'une des facettes essentielles de cette tendance. Il semble nécessaire de réinvestir cette idée de « point » comme le cœur névralgique de ce monde enchanté. La boucle proposée par Gabe Zichermann (Cf. figure 3.27) révèle, en l'exacerbant, comment la notion de calcul et de mesure se trouve au fondement des rapports sociaux de l'individu contemporain. Cette rationalisation excessive est du même ordre que la mesure du temps décrite par Fredric Jameson⁸¹. Selon lui, le temps réel est le produit de la mesure, de la rationalisation et de la réification. De la même manière, le point est un rapport au temps. Le point devient constitutif de l'identité de l'individu contemporain puisque l'issue de cette boucle est bel et bien le statut qu'il désire acquérir et afficher. A l'image de l'argent, le point devient une valeur d'échange gagnée contre du temps de jeu, semblable à un temps de travail, et qui permet de grimper sur l'échelle sociale des *achievements*. Le point est aussi révélateur de la quantification excessive de l'individu contemporain et de ses actions. Comme

⁸¹ F. JAMESON, *Le Postmodernisme, ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, op. cit., p. 132.

un horizon obsédant, le point à accumuler révèle la « pléonexie »⁸² entretenue dans la *gamification*. Cette idée se retrouve dans le film *In Time* d'Andrew Niccol où les différents protagonistes payent la moindre de leurs actions avec des points qui correspondent parallèlement à leur temps de vie. Ainsi dans ce film si l'individu n'a plus de point, il n'a plus de temps : il est condamné à mourir par la technologie qui lui est incorporée.



Figure 3.28 Andrew Niccol (réalisateur), *In Time*, 2011

Cette réflexion sur la dimension du point dans la société contemporaine, et donc en parallèle de tout système de mesure, est aussi présente dans la série télévisée britannique *Black Mirror*, créée par Charlie Brooker. L'épisode « *Fifteen Millions Merits* » (saison 1) délivre le portrait de la société du spectacle et de la *gamification*. Dans celui-ci travailler équivaut à pédaler sur son vélo dans ce qui ressemble à une salle de sport équipée d'écrans proposant des jeux à la manière du *Wii Sports*⁸³ conçu par Keizo Ohta, Takayuki Shimamura et Yoshikau Yamashita. Les points marqués dans ce jeu, qui représentent le labeur physique quotidien de ces personnages, servent à consommer de la nourriture et à se divertir. Ils permettent aussi de

⁸² D. R. DUFOUR, *L'individu qui vient...après le libéralisme*, Paris, Denoël, 2011, p. 95.

Selon l'auteur, la pléonexie, c'est-à-dire le désir d'avoir plus, est apparue par un retournement majeur des mentalités par les Lumières Anglaises du 18^e siècle permettant ainsi à l'*épithumia*, l'âme des passions concupiscentes décrites dans *La République* de Platon, Livre IV [439d – 445b], de gagner la partie.

⁸³ *Wii Sports* est un jeu vidéo de sport édité par Nintendo. Accompagnant en 2006 la sortie de la console Wii son objectif marketing était de faire la promotion des nouvelles technologies gestuelles en proposant des jeux de sports où le joueur peut simuler de jouer au bowling, à la boxe ou au tennis en bougeant les Wii Mote (manette) disposant de capteur de mouvement. De la même manière le jeu *Wii Fit*, propose un dispositif sous la forme d'un pèse personne qui évalue le poids et l'équilibre du joueur en le mettant en scène dans des environnements 3D aux couleurs des jeux Nintendo pour l'inciter à pratiquer une activité physique. Dans la lignée de cette *gamification* du sport, l'entreprise Holodia à Lille, fondée par Olivier Zitvogel et Matthieu Wentzinger en 2014 propose une *gamification* du sport par la construction de « véhicules expérientiels » à finalité (T. SERDANE, C. SIEGEL, « Des jeux vidéo comme œuvres et véhicules expérientiels », in. *Interfaces Numériques* volume 3 - n°1, Paris, Lavoisier, 2014, p. 141). Ici ceux qui veulent faire du sport se voient équipés d'un Oculus Rift connecté à leur rameur ou à leur vélo pour simuler l'expérience en milieu naturel ou fantastique.

bloquer certaines publicités intempestives mettant en scène les ressorts libidineux et pulsionnels d'une telle société, notamment par l'incitation à la pornographie. L'objectif de tous ces individus est d'arriver à un certain score très élevé : celui-ci permet de donner accès au *casting* d'une émission de TV-Réalité dont la récompense finale promet de passer de l'autre côté des écrans. Cet espoir joue sur les mécanismes psychiques de quête de gloire et de célébrité, pour quitter la strate sociale du travail physique, répétitif qui aliène les protagonistes à un vélo d'intérieur pour produire de l'énergie.



Figure 3.29, Charlie Brooker (réalisateur), *Black Mirror*, S01E02, « Fifteen Millions Merits » 2011

Les points récoltés, le tableau de classement, l'émission de TV-Réalité mettent en scène une société du jeu, où monnaie, temps et score se trouvent confondus, à la manière des *free-to-play*. En effet dans ces jeux, les actions du joueur sont limitées par des unités. Ces unités permettent d'effectuer des actions, elles se rechargent en un certain laps de temps – souvent exponentiel plus le joueur investit le jeu – ou bien en achetant des unités. Ces valeurs numériques uniques représentent les possibilités de jouer, assimilées à la vie du joueur et traduites sous le nom d'« énergie ». Elles sont symboliquement une monnaie virtuelle échangée contre de l'argent réel – même si bien souvent une strate supplémentaire de « pièces d'or » s'ajoute pour permettre l'achat d'énergie et d'autres éléments du jeu.

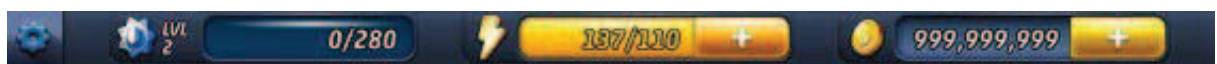


Figure 3.30 Exemple interface du *Free To Play Criminal Case* du studio *Pretty Simple* (2012), avec à droite, les points d'expérience du joueur, au centre l'énergie symbolisée par un éclair et à droite la monnaie virtuelle.

L'« énergie » représente les possibilités d'action du joueur dans le jeu. Sans elle, il n'a plus accès à son contenu. Ces points d'énergie, représentés sous la forme d'une jauge, traduisent alors la mort symbolique du joueur. Au lieu du *game over* (perte de la partie) et de la possibilité de recommencer la partie, le joueur peut regarder son écran et attendre sans effectuer aucune action. Cet ennui insupportable, frustrant, qui pousse à acheter de l'énergie pour rester en activité dans le jeu, relie la notion de temps, celle du monde physique avec laquelle on ne peut pas encore tricher, à celle d'argent, que le joueur va devoir dépenser pour accélérer le temps d'attente, et celle d'activité mesurable. La première jauge présente sur l'image (Cf. figure 3.30) remet comme finalité le *statut* proposé par Gabe Zichermann, puisqu'elle traite des points d'expériences (0/280) qui permettent de passer au grade suivant, dans ce cas représenté sous la forme d'un insigne de police – en rapport avec le contexte du jeu où le joueur incarne un enquêteur. C'est donc en échange de son énergie, physique, morale ou virtuelle, que le joueur va pouvoir gagner un statut social, lui, uniquement virtuel.

Dans mon projet, le système de points joue de cette porosité entre le temps, l'argent et l'énergie. Elle est présente sous la forme d'un score général, une unité globale qui garde son affiliation avec les jeux vidéo. Ainsi, les points y ont une valeur de score accumulé en fonction des performances réalisées en jeu. Ce score a aussi une valeur de monnaie que l'on peut dépenser pour accéder et jouer aux différentes stations de mini-jeux. Enfin ce score intervient comme l'énergie du joueur et correspond à son temps de jeu. Une fois que le score est égal à zéro, le jeu ne s'arrête pas mais substitue à l'image de la scène un écran noir sur lequel le joueur ne peut pas agir, mais seulement attendre que le compteur arrive à zéro.



Figure 3.31 Capture d'écran
de la criminalité du joueur

Cette attente connaît une variante. Le système propose au joueur, pour alléger le temps de sa peine, d'appuyer sur une série de touches sur son clavier pour simuler une autre contrepartie physique, un labeur. Ces lettres les unes à la suite des autres répètent la phrase de propagande présente dans les messages du Maître Hasard « Ne soyez pas un criminel, gardez du score », à l'image des punitions rébarbatives données aux enfants, recopiant ainsi des lignes de textes visant à les culpabiliser sur leurs actions où à leur inculquer une loi. Ces textes de propagande écrits par les individus criminels apparaissent dans la ville sous la forme d'écrans publicitaires. Ces individus travaillent alors, de manière « ludique », pour alléger leur peine, à diffuser des messages de propagande dans l'espace public.

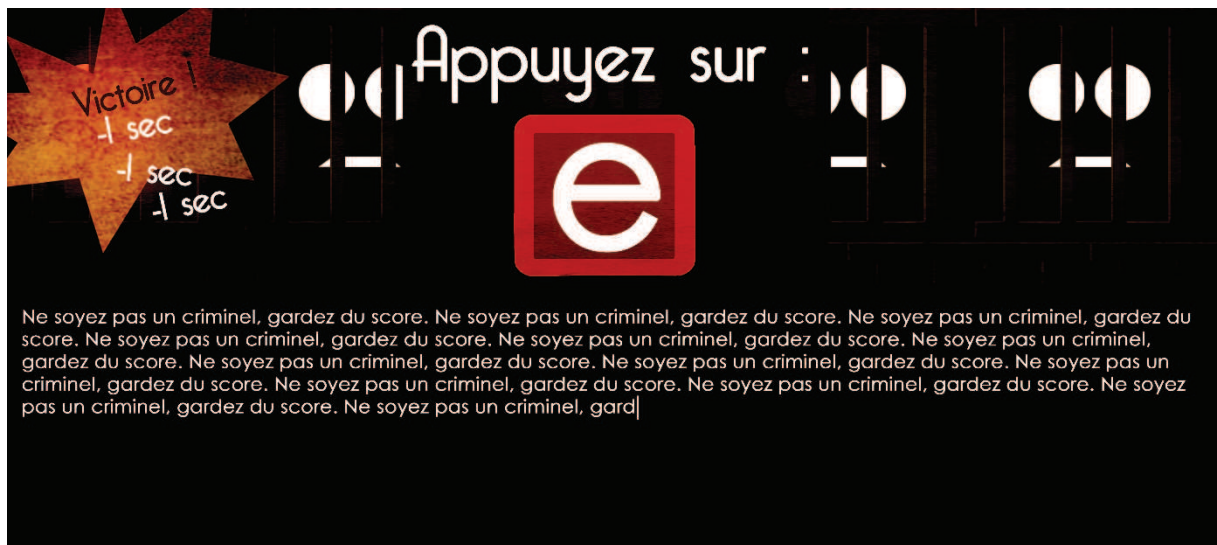


Figure 3.32 Capture d'écran de la criminalité du joueur (variante)

Ce temps-mort représente la criminalité du joueur. Son statut social étant plus élevé que ce que son score affiche, le système politique et algorithmique du jeu, le considère comme un tricheur, comme celui qui ne suit pas les règles. Il doit alors par le don de son temps et de son énergie réelle, sans contrepartie en échange, laisser le jeu allumé et rester devant cette suite de chiffres qui défile dans l'espoir d'être réhabilité à retourner dans le jeu. Sa réinsertion sociale, ludique, se mesure en fonction de son statut. Plus le statut du joueur est élevé, plus la faute est grande et donc implique un don de soi important. Pour qu'un joueur suive la loi, il doit surtout toujours rester dans le circuit de la consommation, ce qui devient impossible dès lors qu'il n'a plus de score. Ainsi, sous la forme d'un compteur unique, le jeu propose de détourner les logiques des *free-to-play* en exagérant leurs mécanismes. C'est aussi la société de consommation qui apparaît sous les traits d'actes ayant toujours un prix et qui se symbolise aussi par la recherche d'accumulation. Cependant, ici, la consommation, à l'inverse de cette

société ludique, ne compte pas parmi les conditions de victoire, comme il est vu aux chapitres 5, 6, 7 et 8.

Au système de points s'ajoute le système de badges qui permet de donner un statut au joueur dans cette société du jeu. Ces badges ne peuvent s'obtenir qu'en répondant à des défis qui viennent motiver le joueur dans sa promenade ludique. Jouant sur ses sentiments de compétition, les badges sont visibles par tous les habitants de cet univers. Affichés sur les murs, le score et le statut du joueur participent de son identité qui sous la forme de flux de données sont accessibles à l'entreprise F.U.N, dont l'objectif est de stimuler ces habitants à toujours consommer plus. C'est donc à la fois la mise en scène narcissique de l'individu qui apparaît dans cet univers fictionnel mais également la volonté de le dévaloriser pour exciter ses envies d'être le meilleur. Les badges sont gagnés en fonction des défis. Il en existe trois sortes :

- les défis de « temps » nécessitent d'être le plus rapide, à marquer des points, ou à rejoindre une station de mini-jeu rapidement.
- les défis « collectionneur » demandent de jouer à l'ensemble des stations de mini-jeux présentes dans le niveau pour atteindre le titre d'expert.
- les défis de « score » permettent de donner des statuts différents au joueur en fonction du nombre de points accumulés dans son score.



Figures 3.33 Badges

L'ensemble forme la première boucle du système, très similaire à celle proposée par Gabe Zichermann. La voici construite sous la forme d'un schéma algorithmique et sous la forme de *storyboard* pour permettre à la fois une lecture du point de vue des mécaniques de jeu (Cf. *figure 3.34*) et de l'expérience vécue par le joueur (Cf. *figure 3.35*).

Si les lois de cet univers se dessinent dans les grandes lignes, le concept se formant de manière de plus en plus précise, il reste nécessaire de poser une réflexion permettant de resituer la *gamification* comme l'un des phénomènes révélateurs de la société contemporaine. Les affinités avec le postmodernisme et la société de consommation sont autant de sources qui permettent de former la réflexion vers une dimension plus grande : celle d'une société du jeu total.

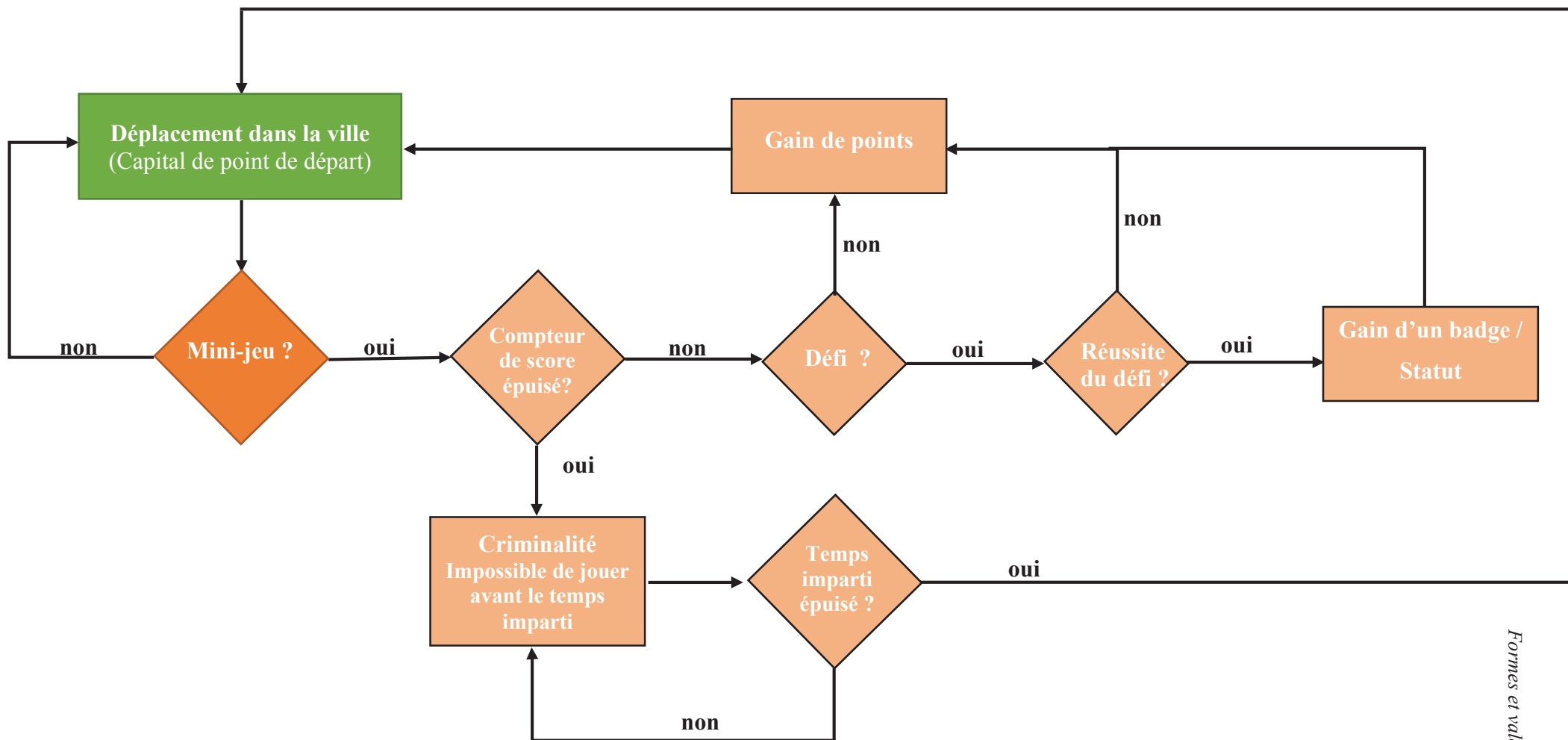


Figure 3.34 Schéma algorithmique de la boucle de jeu principale simulant les principes de la gamification



Figure 3.35 Claire Siegel et Vincent Aubry,
planche 2 du storyboard

3. La société du jeu total et ses tendances néolibérales

Les différentes promesses et valeurs, qui se révèlent dans la *gamification*, laissent apparaître une vision plus globale de ce processus qu'il est maintenant possible de situer dans la dernière strate de cette analyse : celle d'une idéologie aux implications sociales et politiques. Analysées individuellement, ces promesses font apparaître une tendance plus large que celle de la *gamification* à laquelle elles participent par la construction de mentalité. Ce n'est d'ailleurs qu'à la lumière de ce travail historique et de contextualisation que le discours de Jane McGonigal qui fut le point de départ de cette partie, peut enfin prendre toute son ampleur. L'avènement d'une « société du jeu total »⁸⁴ ne traduit-il pas autre chose qui excède cette réflexion sur la place du jeu dans la société contemporaine ? La *gamification* atteste d'un esprit ludique qui s'installe dans les moindres recoins et les moindres pensées. Le fait social total de la *gamification*, comme le don de Marcel Mauss, devient l'avatar d'une société du jeu total, révélateur des mentalités de cet *homo ludens* du 21^e siècle, tant d'un point de vue philosophique que sociologique.

3.1 Rapports au moi, à l'autre et au monde : les logiques de la récompense comme logique de l'intérêt personnel

La *gamification* ranime le questionnement philosophique de la part naturelle et culturelle de l'homme. En manifestant des intérêts individualistes autour des notions de récompenses et donc de plaisir et de jouissance, ces formes ludiques révèlent en leur cœur une conception idéologique sur la nature de l'homme et son comportement en société. Freud, dans *Le Malaise de la Civilisation*, fait de la pulsion de plaisir un élan vital mais aussi mortel puisqu'il entraîne le déploiement d'une agressivité pour l'assouvir. La culture apparaît comme une garnison permettant de maintenir l'ordre entre les hommes. Son objectif, idéal, est de parvenir à équilibrer les pulsions individuelles, naturelles, et agressives, tout en créant une communauté qui se base nécessairement sur le sacrifice pulsionnel. La libido menace ainsi la

⁸⁴ C. SIEGEL, « Valeurs et représentations au cœur du processus de *gamification* », *Interfaces Numériques*, volume 3 – n°3, Dossier « Des serious games à la *gamification*, approches critiques des disséminations vidéoludiques », sous la direction de M. LAVIGNE, Paris, Lavoisier, p. 505. Cette appellation de « société du jeu total » est proposée pour traduire l'idée de fait social total dans laquelle s'intègre la *gamification*. Elle a été co-élaborée à la suite de réflexions avec Emmanuelle Jacques, enseignante-chercheuse en sociologie et en arts plastiques.

culture qui en fait l'économie, comme un tribut qui lui est dû pour pouvoir créer un vivre-ensemble. De l'autre côté la culture menace à son tour la pulsion de plaisir puisqu'elle la contraint et l'oblige à ne pas se manifester ou à se manifester sous des formes institutionnalisées, admises. L'homme est ainsi compris comme « un loup »⁸⁵ pour l'homme dans son état de nature. Cette interprétation de l'être humain est manifeste dans l'idéologie dominante du néolibéralisme. Héritière d'Adam Smith et de son interprétation économique, la quête de l'intérêt personnel (*self-interest*)⁸⁶ domine le fonctionnement de la société contemporaine. Dany-Robert Dufour, dans *L'individualisme qui vient... après le néolibéralisme*, voit, dans ce système politique idéologique, un monde construit comme un panel de services de jouissances personnelles que l'on peut choisir à la carte.

La *gamification* s'inscrit dans un même procédé de service qui joue aussi des plaisirs et des jouissances par les récompenses qu'elle délivre aux individus contemporains. En cela, elle participe du système néolibéral. Les actions morales et citoyennes ont-elles encore une valeur indépendamment des faveurs de récompense et de distraction qui leur sont associées⁸⁷ ? Possèdent-elles toujours une dimension autotélique qui appelle à leur accomplissement pour ce qu'elles sont ? Si les actions du joueur excèdent le cadre du jeu pour participer d'un projet plus large, c'est bien souvent la rétroaction, l'immédiateté et le calcul qui sont appréciés et retenus par le joueur, autrement dit, il s'agit de la dimension microscopique de l'instant qui joue sur la motivation, celle qui fait défaut au réel. La dimension macroscopique, celle qui présente l'objectif général à long terme, ne suffit visiblement pas, puisque sans jeu aucune action n'est entreprise. Le jeu est donc « la solution », rapide, simple, efficace, amusante, qui permet

⁸⁵ La formule « *Homo homini lupus est* » est reprise par Freud dans *Le Malaise dans la Culture*, Paris, PUF, 1995, p. 54, en référence au texte de théâtre *Asinaria* de Plaute, v.495. Cette citation, galvaudée par les usages et les reprises hors contexte, traduit chez Plaute l'idée d'une méfiance naturelle. Dans la scène IV de l'*Asinaria*, Léonidas discute avec un marchand. Celui-ci se montre méfiant et dit ainsi : « Celui qu'on ne connaît pas n'est pas un homme, c'est un loup ». Elle est à tort attribuée à Hobbes, qui dans l'Épître dédicatoire au Comte de Devonshire du *De Cive* met en comparaison cette formule et la reprise d'Erasmus, « *Homo homini deus* », pour mettre en avant les nécessités des Républiques (T. HOBBS, *Le Citoyen ou les fondements de la politique*, traduction Samuel Sorbière, 1649, document en version numérique produit par Jean-Marie Tremblay, Université de Québec, p. 23).

⁸⁶ A. SMITH, *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*, Livre I, traduction française de Germain Garnier, à partir de l'édition revue par Adolphe Blanqui, 1843, document numérique produit par Jean-Marie Tremblay, Université du Québec, p. 23 : « Mais l'homme a presque continuellement besoin du secours de ses semblables, et c'est en vain qu'il l'attendrait de leur seule bienveillance. Il sera bien plus sûr de réussir, s'il s'adresse à leur intérêt personnel et s'il les persuade que leur propre avantage leur commande de faire ce qu'il souhaite d'eux »

⁸⁷ On peut tout autant se questionner sur le jeu, qui lui aussi perd sa forme « pure », sa dimension autotélique, puisqu'il n'apparaît dans ce contexte que comme le prétexte qui va permettre d'attirer le consommateur.

d'optimiser la vie et le temps de l'individu contemporain, pour mieux lui permettre de jouir, et par conséquent de suivre son intérêt personnel.

Derrière cet intérêt personnel, s'évanouit la considération de la communauté, de l'intérêt général, mais aussi, preuve de l'aveuglement de l'individu *addict* de ses petits plaisirs, du corps physique, terrestre qu'il habite.

Quand le dernier arbre sera coupé, la dernière rivière empoisonnée, l'océan irradiée, le dernier golfe du Mexique pollué et le dernier poisson mort, tu découvriras que tu ne te nourris pas d'argent, ni d'or, fut-il noir.⁸⁸

Selon Jean-Claude Michéa dans *L'Empire du Moindre Mal*, la conquête du libéralisme passe par deux grandes étapes, dont la première⁸⁹ est celle de la célèbre formule de Descartes dans le *Discours de la Méthode* « Il faut se rendre *comme* maître et possesseur de la nature » permettant de « jouir sans peine des fruits de la nature ». Le « comme » tombe toujours dans l'oubli au profit de l'apparition d'un impératif qui se fait catégorique et d'ordre moral : il faut exercer sa puissance individuelle pour exploiter à sa guise la nature. L'apparition des sciences de la nature, toujours selon Jean-Claude Michéa, fait de la Science un adversaire d'autorité à l'Eglise, venant ainsi remplacer ses préoccupations par l'idéologie du progrès, de la croissance, de la mesure. Cette dimension du progrès est au cœur de la *gamification*. Elle se révèle notamment dans les logiques de l'engagement total où la productivité, toujours plus importante, est visée, où l'individu doit devenir plus que ce qu'il est par le moyen de prothèses techno-ludiques.

La seconde étape concerne la volonté d'établir la paix à une époque où apparaissent les guerres civiles idéologiques⁹⁰. Du 16^e au 18^e siècle les guerres de religions font rage et constituent l'arrière-plan des écrits fondateurs philosophiques de Hobbes ou de Pascal. Ce phénomène de désocialisation meurtrit la confiance en une communauté poursuivant des intérêts communs.

C'est vraisemblablement cette hantise de la guerre civile qui explique, en premier lieu, les raisons pour lesquelles les philosophes du XVII^e et du XVIII^e siècle (et particulièrement ceux qui sont d'origine ou de sensibilité protestante) décrivent presque toujours leur « état de nature » comme un état où régnerait nécessairement (que ce soit de manière originelle ou dérivée) la guerre de tous contre tous.⁹¹

⁸⁸ D. R. DUFOUR, *L'individu qui vient... après le libéralisme*, Paris, Denoël, 2011, p. 23.

⁸⁹ J-C. MICHEA, *L'Empire du moindre mal, essai sur la civilisation libérale*, Paris, Flammarion, 2010, p. 19.

⁹⁰ *Ibid.* p. 23.

⁹¹ *Ibid.* p. 25.

Pour Jean-Claude Michéa, sortir de l'état de guerre revient pour ces philosophes à instituer une société conforme au progrès de la Raison. Si bien qu'il en résulte une « configuration » de l'homme tant sur le plan politique que psychologique n'aspirant pas à vivre ensemble pour créer un « paradis terrestre » mais bien plutôt pour fuir l'enfer de la guerre civile idéologique⁹². Cette recherche de la jouissance privée, dans la sécurité, se trouve au fondement du libéralisme qui aboutira à la création d'un Etat sans idée, plus proche d'une administration des choses que d'un gouvernement des hommes⁹³, où tout se vaut tant que la liberté d'autrui n'est pas atteinte. Cet Etat est soumis au *Divin Marché*⁹⁴, venant réguler les questions d'ordres éthiques, anthropologiques et philosophiques⁹⁵. C'est lui qui triomphe puisque son assise idéologique, celle de l'égoïsme, de l'intérêt et du plaisir personnel, répond au mieux au principe de plaisir de la psyché humaine tout en mettant en scène une prospérité générale⁹⁶.

Quel rôle joue la *gamification* dans cette idéologie ? Comme le *Divin Marché*, celle-ci construit les croyances selon lesquelles le jeu va résoudre les problèmes d'ordre sociologique, philosophique, anthropologique et éthique. Elle maintient un vivre-ensemble en sécurité. Elle conforte une image de l'homme orienté vers son intérêt personnel et en justifiant sa place dans le monde – elle veille notamment à ce que chacune de ces actions, ou de sa bienveillance, passe par le filtre de récompenses venant flatter son ego. Enfin, la *gamification* responsabilise par le jeu les « citoyens » de cette société du jeu total. En stimulant les principes de plaisir, elle s'installe comme une évidence dans les modes de vies des individus contemporains. Elle prend les allures d'un *dealer* légal qui délivre et régule le trafic de ces narcotiques ludiques. Ce trafic est lui-même exploité à des fins économiques par la collecte et la vente de données qui serviront à améliorer la prochaine illusion technologique de bonheur. En observant bien le fonctionnement de ces doses de plaisir, on peut y voir se déliter l'apparente harmonie et l'idée de communauté, qui, derrière le participatif, cache souvent la possibilité de récupérer, croiser et catégoriser des informations plus précises sur les utilisateurs dans la logique des *Big Data*. L'individu est isolé dans la masse : prendre en compte l'autre passe d'abord nécessairement par une récompense personnelle. Détruisant ainsi ses conditions d'existence, l'individu contemporain pris dans les vapeurs idéologiques n'en est pas pour autant plus heureux dans la régression de ses sublimations culturelles. L'avènement d'un individu dont tous les rapports au

⁹² *Ibid.* p. 28.

⁹³ *Ibid.* pp. 36-37.

⁹⁴ L'expression est empruntée à Dany Robert-Dufour, *L'individu qui vient ... après le néolibéralisme*.

⁹⁵ J-C MICHEA, *op.cit.*, p. 56.

⁹⁶ D. R. DUFOUR, *op.cit.*, p. 17.

monde sont logiques, quantifiés, économiques entraîne une dépression générale dans ce contexte de désenchantement. Devenant lui-même une pièce du rouage, esclave de ses pulsions, l'individu se trouve « réifié »⁹⁷, transformé en un objet de consommation, nourrissant le narcissisme exacerbé et pathologique du néolibéralisme. Statique, amolli, conditionné, ou simplement aveuglé, l'individu contemporain répond encore aux stimulations ludiques qui permettent de le rendre efficient dans une société dont l'activité, la difficulté se trouve évitée. En effet, dans ces applications, des *serious games* ou des *Games for Change*, se trouve vendue l'idée d'un homme *nouveau, libéré*, de son travail, de son gouvernement, d'autrui, du monde physique et des impératifs moraux. Comme le souligne Guy Debord dans *La Société du Spectacle*, le spectacle laisse présager une libération de l'activité, de la production laborieuse. La société du jeu total y est semblable : chaque activité est dispensée par le jeu. Ce dernier apparaît comme un nouveau système de représentation participant d'un spectacle global, sociétal et politique. En donnant l'illusion d'une vie simple, le jeu devient au cœur de la société contemporaine à la fois un moyen et une finalité. Ainsi, il modifie fondamentalement le rapport aux autres et au monde⁹⁸. Les actes se trouvent niés sous le fard d'une « fausse libération du travail »⁹⁹, du monde et de sa conscience.

Si l'on reprend les procédés de Jane McGonigal, qui sont certainement les plus élaborés en termes de *design* et de réflexion sur l'expérience-joueur, dans le cadre de la *gamification*, et des ARGs, il est clair que les actions concrètes ne passent plus qu'au travers le filtre du jeu. La fin des grands récits laisse place à l'ère des « petits récits égotiques »¹⁰⁰ qui reflètent parfaitement, le partage de son score, de son badge, l'enchantement du quotidien qui prend la forme d'une aventure « épique », pour reprendre les termes de cette conceptrice. Ces individus contemporains empruntent alors, dans les mondes virtuels, les capes de super-héros, parfois pour des causes nobles, parfois simplement pour incarner les héros de l'hyperconsommation. Dans ces jeux, le joueur évite la frustration du réel : il peut se déconnecter, abandonner à tout

⁹⁷ Le concept de « réification » est emprunté à Georg Lukács, *Histoire et conscience des classes*, traduction K. Axelos et J. Bois, Paris, Les éditions de Minuit, 1960, p. 110 : « L'essence de la structure marchande [...] repose sur le fait qu'un rapport, une relation, entre personnes prend le caractère d'une chose et, de cette façon d'une « objectivité illusoire » qui, par son système de lois propre, rigoureux, entièrement clos et rationnel en apparence, dissimule toute trace de son essence fondamentale : la relation entre hommes ». Le concept de réification répond à l'idée, déjà à plusieurs reprises évoquée que le mode d'être des individus est exclusivement économique. Journée d'Etudes *Georg Lukács, Art, esthétique et philosophie*, RIRRA 21, Programme Pratiques Plastiques Contemporaines, Université Montpellier 3, 2 avril 2015.

⁹⁸ G. DEBORD, *La Société du Spectacle*, Paris, Gallimard, 1992, pp. 15-16.

⁹⁹ *Ibid.* p. 29.

¹⁰⁰ D. R. DUFOUR, *op. cit.*, p. 17.

moment, en laissant bien à distance, dans une fiction, ce monde aux problématiques sociétales complexes, après tout « ce n'est qu'un jeu ». L'individu-joueur n'est pas nécessairement reconduit vers le réel, il est plutôt entretenu dans une réalité augmentée de missions et de récompenses qui, elles seules, semblent capables de parvenir à réveiller, le temps d'une partie, son désir de plus en plus atrophié par les mécanismes *marketing* agressif du capitalisme, eux-mêmes ludiques. Pour illustrer ce « désir asphyxié », Dany-Robert Dufour reprend l'exemple des *sexless*¹⁰¹, un phénomène manifeste au Japon qui caractérise l'absence de relations sexuelles avec autrui, mais pas l'absence de sexe. La pulsion libidineuse s'accomplit de manière égocentrique, à l'aide de toutes sortes de prothèses visant à remplacer, par la technologie, l'image et l'interactivité, le partenaire, cet « autre ». Ce sont encore là, les artifices du jeu qui apparaissent. Les poupées sexuelles, par exemple, permettent de faire l'amour à ces corps « jouets » inertes. Les *sex-toys* se développent autour de l'industrie du jeu vidéo pornographique révélant ici dans toute sa splendeur une *gamification* de la relation sexuelle, où, par des dispositifs technologiques de capteurs de mouvements liés à un jeu vidéo, il est désormais possible de faire virtuellement l'amour à l'une de ses héroïnes préférées¹⁰². Le dispositif Ju-C Air propose une manette semblable à un vagin artificiel. Ici pas de frustration, la partenaire digitale jouit à la demande sur le simple clic d'un bouton positionné sur le côté de cette nouvelle manette. Ce qui se révèle dans ce cas extrême, c'est une volonté d'accomplissement du principe de plaisir à la demande, sans devoir se confronter à la réalité du monde et d'autrui. Loin de révéler le réel, les jeux vidéo, dans le cadre de la *gamification*, procèdent à un endormissement des consciences plutôt qu'à la création d'un individu autonome puisque, selon le propre aveu de Jane McGonigal, sans édulcoration des malaises de la civilisation « personne ne veut changer ses habitudes pour changer le monde »¹⁰³.

La *gamification* habitée par ces intentions prises par, ou perpétuant l'idéologie néolibérale, participe d'un projet politique en construisant les mentalités adéquates à cette société du jeu total. Niels Å. Andersen choisit de parler du jeu dans les organisations – entreprise, association, ou toute autre structure similaire – comme d'un « moule »¹⁰⁴ permettant d'être efficient dans l'environnement où il apparaît. Selon lui, le jeu possède une

¹⁰¹ *Ibid.* p. 20.

¹⁰² Pour l'instant, le dispositif ne fonctionne qu'avec un jeu vidéo, *Custom Maid 3D*, développé par KISS en 2011, mettant en scène de soubrettes stylisées selon les films d'animation japonais ou les mangas.

¹⁰³ J. MCGONIGAL, « Gaming can make a better world », TED Talk, Long Beach, Californie, 2010.

¹⁰⁴ N. Å. ANDERSEN, *Power at Play, The relationships between Play, Work and Governance*, p. 135.

« flexibilité »¹⁰⁵ qui permet de s'adapter à l'époque contemporaine. Il est le moyen, aujourd'hui privilégié, pour communiquer car il permet de s'adapter, de prendre des risques, d'innover, d'expérimenter tout en restant souple et performant, bien à l'abri dans les sphères de la fiction. Cette « liberté » apparaît comme une stratégie alternative. Elle dresse le portrait de cet individu en cours de conception qui est déjà saisi dans les arts. Le court métrage israélien *Sight*, réalisé par deux étudiants en arts, Eran May-raz et Daniel Lazo, met en scène cette mentalité contemporaine. Le personnage principal pris dans une compétition contre lui-même, ne cherche qu'à satisfaire ses plaisirs qui passent uniquement par l'accumulation de points et de badges virtuels exhibés fièrement sur le mur de son salon, attestant de son statut (Cf. Figure 3.35).



Figure 3.36 Eran May-raz, Daniel Lazo (réalisateurs), *Sight*, 2012

Sa vision augmentée technologiquement par des lentilles de contact permet de quantifier chacun de ses actes et de les évaluer sous la forme d'une vie totalement ludique. Derrière les artifices technologiques, on retrouve, le vide de cet individu qui joue avec la vie, seul. La rencontre avec autrui passe sous la forme d'un défi, celui de la séduction, dont l'objectif est de réussir en un minimum de temps, à charmer cet autre qui n'a d'intérêt que dans l'instant de la partie. Pour cela, le personnage principal tient à sa disposition d'innombrables informations : il collecte les données en temps réel sur l'identité de cette personne ou bien encore analyse les réactions de son visage par un système de métrique, semblable à ceux utilisés dans les studios de jeux vidéo.



Figure 3.37, Eran May-raz, Daniel Lazo (réalisateurs), *Sight*, 2012

¹⁰⁵ Ibid. p. 87.

Dans ce court métrage, mettant en scène un mode de pensée ultralibéral, les rapports au monde et humains sont envisagés sous la forme de rentabilité fictive, dans l'univers ludique. Dans la *gamification*, autrui n'a d'intérêt que s'il rapporte quelque chose. Le joueur s'en trouve réduit au calcul et aux stimuli d'appétences égoïstes analysés et revendus. Si le caractère dystopique de ce court métrage peut avoir des allures de science-fiction, il s'appuie sur un terreau d'exemples bien réels dont seule la technologie des lentilles connectées lui donne un caractère un tant soit peu fantastique. La mentalité de l'individu contemporain présenté fait un étrange écho à l'anecdote relatée par Sébastien Deterding¹⁰⁶ sur le jeu *Akoha*, un service visant la promotion d'actes de gentillesse aléatoires, récompensés par des cadeaux en jeux. Invité par une personne perdue de vue depuis longtemps, un ami de Sébastien Deterding apprend lors du rendez-vous qu'il a été convié seulement pour faire gagner une mission : « *Have you any idea how degrading that is, being invited not because you care about me, but because you want to progress in some game?* »¹⁰⁷. Selon Dany Robert Dufour, c'est l'« obsolescence du sujet moderne » qui est entretenu dans le néolibéralisme, pour le substituer par un « sujet pervers, *addict* et dépressif »¹⁰⁸. Celui-ci se construit par l'utilisation du jeu qui se fait le fidèle prophète du *Divin Marché*.

3.2 Métamorphose du surmoi dans la gamification : comment les mentalités changent

La *gamification* déploie une séduction ludique qui pénètre les mentalités de l'individu contemporain pour inculquer et louer les valeurs du *Divin Marché*. Cette construction se fait petit à petit : elle n'affiche pas sa coercition mais la déguise en activant les principes du plaisir. Son pouvoir invisible a des allures sucrées : il se répand lentement, enveloppe, étouffe, au point qu'on ne saurait par où commencer pour parvenir à s'en défaire si tant est que l'on s'aperçoive de son influence. Le néolibéralisme se cache derrière « le masque souriant » du jeu et reconfigure la psyché de l'individu contemporain, de cet *homo ludens* en fuite du tragique de l'existence. Comme le dit Jean Claude Michéa, il est à l'image de l'esclave hégélien¹⁰⁹,

¹⁰⁶ S. DETERDING, « Pawned. Gamification and its discontents », *Playful*, conférence à Londres, 2010.

¹⁰⁷ *Ibid.* [Traduction] Avez-vous la moindre idée à quel point c'est dégradant d'avoir été invité non parce que l'on vous prête attention, mais parce que vous voulez progresser dans un jeu ?

¹⁰⁸ D. R. DUFOUR, *op. cit.*, p. 115.

¹⁰⁹ J-C. MICHEA, *op. cit.*, p. 29.

cherchant plutôt à sauvegarder sa vie qu'à s'attirer les honneurs, au nom d'une sécurité qui se substitue même à la liberté. Cette métamorphose du pouvoir laisse apparaître le déclin du modèle patriarcal pour un modèle matriarcal¹¹⁰, transformant « le pouvoir en pourvoir »¹¹¹. Le Marché propose une religion de la mère nourricière dont le discours serait « Jouissez mes petits, mais ne me quittez jamais, sinon je vous dévore »¹¹². Cette image de la mère conjugue à la fois la consolation et la répression par la culpabilisation. Jean-Claude Michéa voit dans cette mère l'impératif catégorique de la jouissance, celle qui évite la confrontation répressive en jouant sur le chantage affectif. Ce nouveau pouvoir est semblable au « despote » déjà décrit par Tocqueville, à ceci près qu'il ne pouvait anticiper que le marché serait comme une mère et non comme un père pour l'individu contemporain. Ce principe maternel, selon Jean-Claude Michéa, amène l'individu à exercer un pouvoir contre-lui-même. Ce pouvoir d'autocritique, d'auto-accusation passe par le devoir d'aimer son guide. Cette nouvelle forme de contrôle sans limite et radical exige que « le sujet cède sur son désir et adhère de tout son être à la soumission demandée »¹¹³.

Cette condition d'autocritique et d'autogestion procède d'une métamorphose de la société et du surmoi qui traduit un changement des mentalités sur le plan psychologique. Dans *Le moi et le ça*, publié en 1923, Freud présente la deuxième instance de l'appareil psychique où le surmoi apparaît comme la loi morale et l'interdit parental intériorisé. Sa fonction est de faire tampon entre le ça, contenant les abîmes chaotiques de la psyché, constituée de pulsions de libido, et le moi, version plus mature du sujet qui s'expose au monde extérieur. Le surmoi est chargé du pouvoir du monde interne de l'individu¹¹⁴. Le surmoi présente le ça au moi, qui lui répond à trois maîtres : le ça, le surmoi et le monde extérieur. Le surmoi est phylogénique, il est hérité de l'éducation parentale du père et de la mère. Le surmoi permet au moi de ne pas être l'esclave du ça, c'est-à-dire de ne pas être l'esclave d'aspirations libidineuses déployées dans le monde extérieur. Christopher Lasch, dans *La Culture du Narcissisme* traite du « déclin »

¹¹⁰ Les références à la mère dans les textes de Jean-Claude Michéa et Dany Robert ne traitent pas, ici, du combat féministe. Il s'agit de se référer à la mère au sens psychanalytique, c'est-à-dire en tant qu'instance d'autorité qui s'inscrit dans le modèle de formation de l'individu. En aucun cas la mère fait référence à la femme, comme le précise la note de Jean-Claude Michéa, pp. 187-188 car sous le régime totalitaire matriarcal la domination masculine bourdieusienne s'applique tout autant.

¹¹¹ D. R. DUFOUR, *op. cit.*, p. 276.

¹¹² *Ibid.* pp. 276-277.

¹¹³ J-C. MICHEA, *op. cit.*, p. 172.

¹¹⁴ S. FREUD, *Le moi et le ça*, trad. Dr. S. Jankélévitch, version numérique produite par Gema Paquet, collection Les Classiques des sciences sociales, Bibliothèque Paul-Emile-Boulet, Université de Québec, p. 37.

du surmoi, une thèse à laquelle il n'adhère pas¹¹⁵. Cette théorie vise à voir dans l'affaiblissement et la diminution de l'éducation, la diminution de la barrière du surmoi. Selon Christopher Lasch, le surmoi ne diminue pas mais s'altère. Il devient au contraire plus sévère et punitif, plus agressif. Freud dans *Le Malaise de la Civilisation* explique comment la culture a pour rôle d'affaiblir le surmoi pour qu'il ne décharge pas la conscience de culpabilité avec trop d'agressivité sur le moi¹¹⁶. La culture a pour fonction de le surveiller. Quand l'autorité au contraire est intériorisée, le surmoi tourmente le moi et cherche l'occasion de le faire punir par le monde extérieur. Il est aussi plus agressif, car certaines de ces pulsions de mort trouvent le chemin pour s'exprimer et ne sont que rarement réprimées par la culture. Ce paradoxe se révèle dans une société permissive, où l'on évite la confrontation pour imposer son autorité¹¹⁷. Cette délégation de l'autorité passe par le règne connu des experts, le médecin, le juriste ou encore le psychiatre, dont l'objectif est de régler les « problèmes » des individus contemporains¹¹⁸. Jean-Claude Michéa fait à plusieurs reprises l'analyse des textes de Christophe Lasch et de cette transformation du surmoi. Dans *Les valeurs de l'individu contemporain*, il reprend le paradoxe. La liberté, dont on suppose l'avènement par l'émancipation de l'individu des formes traditionnelles d'autorité¹¹⁹, porte en fait, avec elle, le retour aux dimensions les plus archaïques¹²⁰. Alors qu'on pourrait penser l'individu émancipé au cœur des sociétés contemporaines, voilà que ces deux penseurs présentent un « retour du refoulé »¹²¹ fait de rage, de peur, de dépression, et de contrôle.

L'attitude permissive masque un système rigoureux de contrôles, d'autant plus efficace qu'il évite la confrontation directe entre les autorités et les gens sur lesquels celles-ci cherchent à imposer leur volonté. Les autorités délèguent le soin de discipliner à d'autres, chaque fois que cela est possible, de manière à pouvoir se présenter comme conseillers, médiateurs, amis.¹²²

Cette métamorphose du surmoi est manifeste dans la *gamification* qui dissimule une forme de pouvoir agissant sur l'individu. Par son devoir-jouer, transmis par l'esprit du

¹¹⁵ C. LASCH, *La Culture du Narcissisme*, Paris, Flammarion, 2006, p. 39.

¹¹⁶ S. FREUD, *Le Malaise dans la Culture*, p. 66.

¹¹⁷ C. LASCH, *op. cit.*, p. 225.

¹¹⁸ *Ibid.* p. 41 et p. 169.

¹¹⁹ Il est ici fait référence au Père et Jean-Claude Michéa parle volontiers dans *L'Empire du Moindre de Mal* de l'Etat.

¹²⁰ P. BRUKNER, J-C. MICHEA, A. FINKIELKRAUT, *Les valeurs de l'individu contemporain*, Genève, Editions du Tricorne, 2001, p. 21.

¹²¹ *Ibid.* p.21.

¹²² C. LASCH, *op. cit.*, p. 229.

néolibéralisme, la *gamification* illustre significativement le remplacement des figures d'autorité. Le jeu apparaît comme un ami qui vient « aider » l'individu contemporain à s'améliorer, à prendre soin de lui ou des autres. Il joue le rôle de médiateur. Ainsi, du maître d'école au formateur, du *manager* au gouvernement, ou encore des parents à la morale, la « loi » n'est plus directement enseignée puisqu'elle est désormais déléguée au jeu. Pour éviter la confrontation, les situations d'autorité prennent des allures ludiques, où par l'objet technologique l'apprentissage va être facilité et surtout va faire éprouver du plaisir. Dany-Robert Dufour traite de cette éducation par les jeux et de la tendance à remplacer le maître d'école. Celui-ci apparaît comme un « *dealer* de plaisir »¹²³. Cette image est particulièrement juste compte tenu de l'exemple cité de *Class Craft*, où l'enseignant peut gérer sa classe par le jeu, en attribuant des points d'expériences et des récompenses. Les *funsultants*¹²⁴ décrits par Mark J. Nelson s'inscrivent aussi dans cette lignée, faisant du *manager* la figure ludique et motrice d'une équipe. Derrière la gouvernance des applications citoyennes, c'est aussi une délégation de l'autorité étatique qui apparaît en distribuant l'illusion d'émancipation du sujet. Le surmoi de l'individu n'est plus formé par l'autorité parentale ou la culture mais par des prothèses ludiques digitales, et toutes sortes de divertissements. Il s'en trouve remis à des systèmes algorithmiques ou mécaniques. Le cas des *Games For Change* est particulièrement intéressant dans sa fonction éducative puisque, lorsqu'ils sont orientés dans une dimension humanitaire, ils agissent directement sur la conscience morale du joueur. Le jeu entend ici aussi remplacer l'instance religieuse dictant les impératifs moraux. Il devient le garde-fou de la bonne conscience qu'il est possible d'activer ou de désactiver sur la simple pression d'un bouton. L'individu est alors déchargé de sa conscience au profit d'un surmoi qui n'est ni moraliste, ni culpabilisant mais disposé à « [...] l'anxiété, à l'incertitude, et au mécontentement inquiet »¹²⁵ car déstabilisé et mal préparé à la réalité.

Cette dimension de contrôle de la *gamification* est soulevée par certains de ses penseurs critiques comme conclut Michel Lavigne dans son article « Sous le Masque du Jeu, la contrainte et le contrôle ? » sur la nature des disséminations vidéoludiques de la *gamification*. Pour lui, c'est la configuration des jeux de la *gamification*, comme jeux réglés, qui poserait problème. En oubliant le joueur, soit l'individu contemporain, la *gamification* conditionne ce dernier à

¹²³ D. R. DUFOUR, *op. cit.*, p. 314.

¹²⁴ M. J. NELSON, *op. cit.*, p. 2.

¹²⁵ C. LASCH, *op. cit.*, p. 228.

adopter un comportement, « un code auquel il faut obéir »¹²⁶ - toujours en s'efforçant de prendre du plaisir. Faisant ici référence à la dichotomie entre l'attitude ludique (*play*) et le jeu réglé (*game*), Michel Lavigne interroge les « *game designers* »¹²⁷ de ces applications. Ils apparaissent comme des ludologues centrés autour de la règle dont l'objectif serait plutôt la manipulation que le jeu. La question de l'attitude ludique est ouverte comme une éventuelle solution qui pourrait venir contrer la nature de ces disséminations vidéoludiques dans la *gamification*¹²⁸. C'est donc dans le réveil d'un esprit ludique chez le joueur qu'une nouvelle solution est peut-être à chercher.

Le caractère trop organisé des jeux et leur assujettissement au sérieux est un aspect déjà critiqué par Johan Huizinga, dans *Homo Ludens, Essai sur la fonction sociale du jeu*, perdant ainsi ses qualités de détachement, d'improvisation et de plaisir¹²⁹. Des mouvements intellectuels et de conception se déploient dans les sciences du jeu afin de créer un jeu libéré de son caractère réglé. Le caractère séduisant du jeu libre entraîne la création de nouveaux systèmes où cette forme de jeu « pur », même par l'affranchissement de ses règles traditionnelles, retrouve une dimension de contrôle pour le moins inattendue, comme ce qui suit. C'est le cas de cette tendance qui se construit en réaction à la *gamification*, mais qui pourtant est totalement incorporée dans son processus : la *playification*. Celle-ci apparaît sur des terrains à la fois concrets et virtuels. S'il est possible d'adopter en tant que concepteur un « juste milieu »¹³⁰, la croisade contre les jeux réglés prend de plus en plus d'ampleur. N'est-il pas là aussi possible de voir se nicher dans d'autres formes ludiques l'idéologie néolibérale, peut-être cette fois-ci de manière encore plus habile ? N'est-ce pas là, encore une fois la manifestation d'une absence de règle, de la prolifération d'une permissivité, de l'absence de

¹²⁶ M. LAVIGNE, « Sous le Masque du Jeu, la contrainte et le contrôle », *op. cit.*, p. 493.

¹²⁷ Sans toutefois généraliser, il est possible de remettre en question la qualité de ces *game designers* dans le cadre de la gamification qui sont bien plutôt souvent des « *gamifiers* » pour reprendre l'expression de Ian Bogost.

¹²⁸ Cette idée se retrouve également développée chez Sara M. Grimes et Andrew Feenberg, « Rationalizing Play : a critical theory of digital gaming », in *The Information society*, vol. 25(2), 2009, pp. 105-108. Elle a aussi été reprise et analysée dans le mémoire pour l'Habilitation à Diriger les Recherches, *Penser la formation et les évolutions du jeu sur support numérique*, de Sébastien Genvo qui met en évidence la notion de « ludification » comme étant la « transformation de la paidia » en « ludus » : c'est-à-dire du jeu libre, sans règle, en une activité rationnelle et réglée (p. 27).

¹²⁹ J. HUIZINGA, *Homo Ludens Essai sur la fonction sociale du jeu*, p. 335. La traduction française privilégie pour parler des jeux réglés, le terme de jeu « noble », alors que la traduction anglaise privilégie le terme de « *play-rules* ». (J. HUIZINGA, *Homo Ludens, A study of the play-element in culture*, Londres, Routledge et Kegan Paul, 1949, p. 210).

¹³⁰ Cf. chapitre 5 dans lequel le débat est envisagé depuis un autre point de vue, celui de la rhétorique procédurale.

confrontation à toute autorité, au sein de laquelle pourrait aussi se dissimuler le contrôle aliénant de ce pouvoir maternel dominant ?

Pour réfléchir sur cette question, il est nécessaire de faire appel à un exemple de cette *playification* dont la forme n'est pas encore dominante dans la société du jeu total. La nouvelle boîte à jouets *Healthy Kid*, co-créée par Nestlé et l'agence Ogilvy à Paris, développe un projet dont l'objectif est de lutter contre l'obésité infantile, dans une campagne de prévention « Unidos Por Ninos Saludables » au Mexique – pays où le taux d'obésité est le plus élevé au monde. Elle propose toute une série d'accessoires ludiques permettant de réduire l'obésité chez les enfants : des maracas qui lorsqu'on les secoue évacuent le gras, une assiette permettant de composer des paysages pour favoriser la consommation de légumes, des assiettes arc-en-ciel permettant de consommer des quantités appropriées à l'aide des anneaux de couleurs, un presse-orange sous la forme d'un bras de catcheur contre qui l'enfant peut faire un bras de fer, etc¹³¹.



Figure 3.38 Nestlé et Ogilvy, *Healthy Kid* « Unidos Por Ninos Saludables »

Ce projet, soutenu par la secrétaire de la santé Mercedes Juan, s'inscrit également dans le cadre d'une émission de télé-réalité, *Hermoza Esperanza*, consistant à filmer l'utilisation de ces jouets et à mesurer la perte effective de poids de ces enfants. Un site *web* dédié invite à la création de

¹³¹ Tous les exemples se trouvent dans la vidéo de présentation du projet, disponible à l'url suivante (consulté le 17.06.15) : <https://vimeo.com/127057957> ainsi que sur la page du projet Nestlé dans la rubrique « *Healthier ideas* » : <https://www.u4hk.ph/healthier-ideas>.

nouveaux jouets permettant de faire de l'exercice : déjà trois millions de personnes ont participé à leur élaboration.

Cette *playification* en œuvre laisse transparaître comment de nouvelles formes ludiques voient le jour autour de cette idée du jeu libre et d'attitude ludique, soit par la pratique de ces objets, soit par les propositions de *design* de ces utilisateurs. Ces objets induisent une forme de jeu qui s'inscrit effectivement dans une coercition puisqu'ils ont pour objectif d'*aider* – plutôt que de contraindre – les enfants à perdre du poids. Le fantasme du jeu libre est tout aussi bien récupéré et détourné à des fins d'adoption de croyances idéologiques car il porte, en lui, dans ce processus de *gamification*, l'idéal de liberté d'un individu autonome, sans effort, dont le seul but est le plaisir immédiat. Or il est tout à fait visible que ce n'est pas le cas, et, comme le souligne Jean Claude Michéa et Christopher Lasch, c'est bien plutôt un individu diminué et aliéné qui se construit dans le néolibéralisme et par extension dans la société du jeu total. Toutes les formes d'autorité sont dissimulées et reléguées à des instances nouvelles qui ne font plus figure de « loi » mais proposent de s'amuser dans le but de mouvoir l'individu, à la fois pour le raccrocher, à la manière d'un narcotique, à un quelconque ressenti, et à la fois pour lui donner l'impulsion vitale de se maintenir en vie, par toutes sortes d'activités nécessaires qui ne peuvent plus être dictées par des répressions consciencieuses et bénéfiques.

Les désirs d'émancipation que l'on peut retrouver dans la *gamification*, notamment dans l'ambition des *Games For Change* et dans les propositions de Jane McGonigal échouent sous leurs formes actuelles puisqu'elles consistent à dire que pour que l'individu-joueur agisse dans ce monde désenchanté, il faut entretenir l'illusion que le jeu apporte une solution pour changer le monde. Or sans ouvrir de brèche dans l'idéologie dominante néolibérale, dans les valeurs, les formes et les mécaniques proposées dans la *gamification*, sans analyser ces mentalités qui se construisent dans et par le jeu, sans considérer ce phénomène dans sa totalité comme société du jeu total exprimant le projet néolibéral, il ne peut y avoir émancipation, changement ou conscience critique. La *gamification* revient à *fictionnaliser* le monde, à lui donner un caractère artificiel, pour édulcorer le quotidien et le travail. Sous-couvert de ludique c'est bien plutôt une volonté de fonctionnaliser les hommes qui apparaît, de les rendre eux aussi fluides et flexibles par la jouissance et le *fun*, afin que, sous le poids de la culpabilité du *Divin Marché*, ceux-ci plient mais ne rompent pas.

Les différents quartiers

A la manière de ces « *lands* » dans les parcs d'attraction, *L'Envers du Décor* s'articule autour de trois niveaux, comme les quartiers composant cette société du jeu total. Chacun des quartiers est l'agrégation d'un axe de la critique, permettant de faire des portraits thématiques sur les différents aspects de ce système politique néolibéral qui dispose d'appareils de persuasion ludiques. Le projet pensé sous la forme de la ville permet d'envisager des quartiers en fonction de ses lieux principaux : le centre d'affaires, la banlieue et le quartier historique, culturel ou encore touristique.



Figure 3.39 Plan de Disneyland à Marne la Vallée

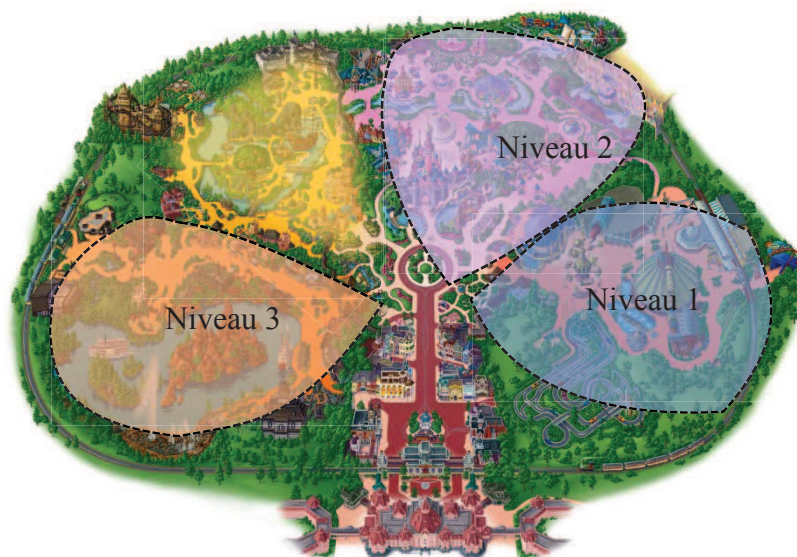


Figure 3.40 Concept de l'espace de jeu basé sur des quartiers à thème

Ces trois niveaux du jeu déploient la critique sous la forme de trois fausses consciences : celle de l'hyperrationalisation, celle de l'ego et celle de l'instant. Chacun de ces niveaux mettent en scène une facette de la société du jeu total. Dans son exploration, le joueur incarne trois personnages. Plutôt que d'être des héros, ces personnages sont des archétypes dont la fonction est de faire valoir le message de chaque niveau. En évitant l'écueil de la figure du héros ou du « Moi grandiose »¹³², le caractère vide de ces trois personnages – outre le rappel de la figure de l'individu contemporain peinte dans le court métrage *Sight* – permet de mettre en scène le joueur lui-même et de le conformer à un rôle. Ces personnages n'ont aucune connexion entre eux à l'exception du joueur faisant le pont entre leurs quotidiens propres. Ils incarnent chacun l'un des visages de la *gamification*. Véritables « avatars », leurs rôles sont limités dans un premier temps. Ils doivent permettre au joueur de se déplacer dans la ville et de consommer les expériences présentes dans les quartiers.

Ces différents quartiers ne sont pas hermétiques et traduisent les orientations conjointes de la société contemporaine. Il existe une certaine porosité entre les messages et les valeurs dispensés dans chacun des niveaux. L'objectif est d'explorer certains d'entre eux en profondeur. Aussi des idées développées pour le premier niveau sont être susceptibles d'être modifiées ou déplacées dans un autre lors de la finalisation du jeu, ceci au nom d'une cohérence à échelle de l'ensemble du jeu. Si le prototype développé se concentre sur le premier niveau, la vision générale du jeu reste le guide essentiel jusqu'au bout et reconditionne parfois la disposition de certaines mécaniques et certains mini-jeux. Les quartiers gardent cependant une spécificité autour des valeurs clés étudiées qui se jouent dans les mécaniques de jeu qui y sont mis en scène mais aussi dans le système de *gameplay* à l'échelle du niveau¹³³.

¹³² L'expression est empruntée à Christopher Lasch, *La Culture du Narcissisme*, op. cit., p. 228.

¹³³ Cf. chapitre 5 p. 268.

-O-O-O-

Le Quartier du Maître Hasard (niveau 1)



Figure 3.41 Vincent Aubry, concept art, Quartier du Maître Hasard

En reprenant la figure analysée au chapitre 2 du « masque du jeu », ce premier niveau s'intitule le Quartier du Maître Hasard. L'ensemble de la thèse s'articule essentiellement autour de celui-ci, car c'est lui qui est créé dans le prototype et qui fait l'objet de manipulation et d'essais par itération afin de vérifier son fonctionnement et de contrôler le message qui y est diffusé. Ce quartier traite de l'hyperrationalisation de nos sociétés, du mode d'être de l'individu contemporain basé sur le calcul, la quantification et les données (*data*). Il s'agit d'un *homo ludens oeconomicus* qui est ici mis en jeu. Ce niveau fait référence à l'automatisation, au besoin de gestion et d'optimisation qui sous-tendent l'idée de performance et de la nécessaire compétition. Il représente le centre d'affaires et met en scène la dimension économique qui gère le rapport à l'autre et le rapport au monde. La vision de cet homme réifié par les structures économiques et marchandes traduit une vision behavioriste de sa nature. Quant au conditionnement dissimulé, il opère sous la bannière de l'idéal de liberté. L'idéologie de progrès technologique y est centrale : le parti pris choisi a été de rendre chaque objet magique et donc de dissimuler la présence de la technologie pour proposer un monde enchanté, à l'image de celui de Jane McGonigal ou bien du film *Mary Poppins*.

-O-O-O-

Le Quartier du Maître Ego (niveau 2)

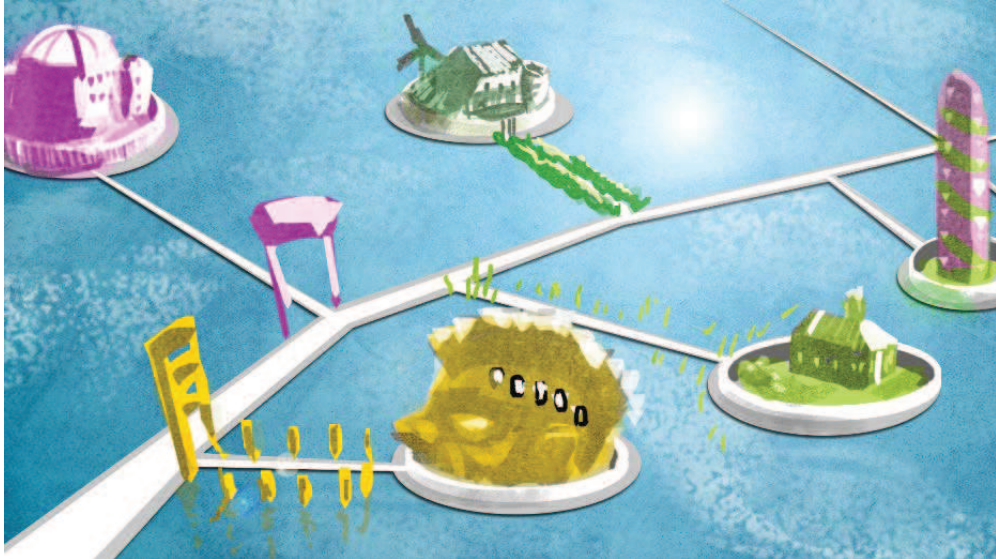


Figure 3.42 Vincent Aubry, concept art, *Quartier du Maître Ego*

Dans le Quartier du Maître Ego, c'est le Narcissisme qui est traité, notamment par la dimension des récits égotiques forgeant les aventures quotidiennes de consommation de l'individu contemporain. Situé en banlieue, ce niveau est à l'image des banlieues américaines mises en scène dans des films tels qu'*American Beauty* de Sam Mendes, réalisé en 2000, ou encore dans la série télévisée *Desperate Housewives* créée par Marc Cherry en 2004. Proposé sous la forme d'arènes en référence aux antiques jeux romains, ce niveau a pour but de représenter la mise en spectacle des drames dépolitisés du quotidien et de l'individualisme. Il traite notamment des relations entre la *gamification*, la TV-Réalité, et les réseaux sociaux en travaillant la dimension narcissique de l'individu telle que Christopher Lasch l'a analysée dans *La Culture du Narcissisme* en 1979. Les notions de célébrité et de scène y sont primordiales pour retranscrire les aspirations de l'individu contemporain. Ce besoin, Christopher Lasch le décrit comme « vidé de sa substance »¹³⁴ puisque la gloire doit exister sans compétence ou fait particulier. Au cœur de cette perte du sens, une dimension terriblement anxiogène se révèle pour les individus qui y aspirent. En effet, le modèle de vie exposé à toutes les occasions¹³⁵ est inaccessible et traduit, par contraste, l'illusion du caractère insipide du quotidien de l'*homo*

¹³⁴ C. LASCH, *op. cit.*, p. 94.

¹³⁵ *Ibid.* p. 228.

ludens, dès qu'il se trouve hors de ses fictions ludiques. En guise de consolation, il ne reste que la consommation¹³⁶, elle aussi mise en scène dans ce niveau.

Malgré ses illusions sporadiques d'omnipotence, Narcisse a besoin des autres pour s'estimer lui-même ; il ne peut vivre sans un public qui l'admire. Son émancipation apparente des liens familiaux et des contraintes institutionnelles ne lui apporte pas pour autant la liberté d'être autonome et de se complaire dans son individualité. Elle contribue, au contraire, à l'insécurité qu'il ne peut maîtriser qu'en voyant son « moi grandiose » reflété dans l'attention que lui porte autrui, ou en s'attachant à ceux qui irradient la célébrité, la puissance et le charisme. Pour Narcisse le monde est un miroir ; pour l'individualiste farouche d'antan, c'était un lieu sauvage et vide qu'il pouvait façonner par la volonté¹³⁷.

Ce niveau permet d'explorer la dimension permissive de la société et la métamorphose du surmoi dont il a déjà été question dans le portrait critique de la société du jeu total.

-O-O-O-

Le Quartier du Maître Instant (niveau 3)



Figure 3.43 Vincent Aubry, concept art, Quartier du Maître Instant

Le Quartier du Maître Instant, quant à lui, traite du rapport de l'individu contemporain au temps historique. Très lié avec le quartier précédent, il met en scène le syncrétisme ambiant, la discontinuité historique, l'absence d'horizon au profit d'une vénération du présent que l'on retrouve dans les analyses de Fredric Jameson, *Le Postmodernisme, ou la logique culturelle du*

¹³⁶ *Ibid.* p. 109.

¹³⁷ *Ibid.* p. 37.

capitalisme tardif, au sujet de la « surdité de l'histoire »¹³⁸, mais aussi dans celles de Christopher Lasch.

Vivre dans l'instant est la passion dominante – vivre pour soi-même, et non pour ces ancêtres ou la postérité. Nous sommes en train de perdre le sens de la continuité historique, le sens d'appartenir à une succession de générations qui, nées dans le passé, s'étendent vers le futur. C'est le déclin du sens du temps historique – et en particulier l'érosion de tout intérêt sérieux pour la postérité [...].¹³⁹

Le déclin de ce temps historique construit une génération autocentrée sur elle-même qui participe d'une ignorance généralisée sur l'histoire au profit d'une vie de l'instant, sous la forme d'expérience viscérale du monde, de « sensations »¹⁴⁰ et de jouissance dont le *marketing* exp  rientiel¹⁴¹ s'est accaparé. L'objectif stratégique de ce *marketing* est de vendre un au-delà du produit, une expérience, plus qu'un produit utilitaire, ce qui traduit la dimension virtuelle et illusoire qui habite la société contemporaine et la vie de ses individus.

-O-O-O-

Maintenant que les intentions de la *gamification* sont établies dans les trois niveaux, il faut chercher comment faire apparaître les problématiques sociétales qui la sous-tendent. Chaque quartier porte en lui des contre-espaces permettant de révéler les mécanismes qui s'y déploient et donnant à comprendre au joueur des aspects de la société contemporaine *ludifi  e*. Ces contre-espaces proposent à la fois l'exacerbation des valeurs des quartiers et des valeurs évaluées comme alternatives aux premières. Le message se construit par étape pour permettre au joueur de le comprendre. Le contre-espace du premier niveau est retravaillé dans les chapitres 6, 7 et 8, à la lumière d'une réflexion sur les mécaniques du jeu et leurs significations.

¹³⁸ F. JAMESON, *Le Postmodernisme, ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, « [...] comme si notre manque total de mémoire du passé s'épuisait lui-même dans la contemplation h  b  t  e mais fascinée d'un présent schizophrène qui est, pratiquement par définition incomparable » (p. 19) La schizophrénie fait ici référence à Lacan, dont le rappel est fait p. 69. Chez lui se succèdent les temps présents sans liens entre eux. Ils marquent une rupture temporelle avec toutes les autres activités.

¹³⁹ C. LASCH, *op. cit.*, p. 31.

¹⁴⁰ *Ibid.* p. 38.

¹⁴¹ Le *marketing* expérientiel - selon B. SEVILLA et L. BROSSILLON, « Emotional Marketing, or How to reach », in. Dossier « Marketing expérientiel », *Market-in-Mind.com Magazine*, octobre 2007 - regroupe quatre dimensions. Une dimension sensitive visant à agir sur les cinq sens de l'utilisateur pour inciter l'acte d'achat ; une dimension émotionnelle s'appuyant sur des émotions positives plaçant le consommateur au centre de l'achat où il devient, lui-même, le produit ; une dimension cognitive conduisant le consommateur à penser selon une certaine ligne de conduite, le laissant croire qu'il est créatif ; enfin une dimension tribale jouant sur l'  e de communauté en donnant un statut social à l'objet à acheter.

QUARTIERS	VALEUR(S) EXACERBEE(S) DES CONTRE-ESPACES	VALEUR(S) CRITIQUE(S) DES CONTRE-ESPACES
Maître Hasard	Le béhaviorisme : conditionnement (service et récompense), mode de vie économique, spéculation, hyperrationalité, calcul, performance, automatisation, optimisation	La conscience : connaître les mécanismes, lire les principes idéologiques, décoder les signes du système néolibéral.
Maître Ego	Le narcissisme : consommation, récits égotiques, perte du sens, individualisme, permissivité et sur-moi.	Le politique et l'intérêt général : se détourner des appétits égoïstes et des tentations néolibérales, briser les idoles du système.
Maître Instant	Le syncrétisme : éloge du temps présent, absence de temps historique, perte de l'origine, déracinement historique, jouissance et immédiateté.	Le temps historique : connaître le passé, construire le futur. Inscription de l'individu contemporain dans le temps historique.

Figure 3.44 Tableau des valeurs et contre-valeurs présentes dans le jeu

Ce jeu se construit autour de la volonté d'émanciper l'individu incarné, et par conséquent le joueur, en lui proposant de vivre une expérience de sens transformatrice par le jeu vidéo. De cette manière, le parti pris est à l'inverse de celui de Jane McGonigal. Plutôt que de créer des jeux « *antiescapists* » (anti-échappatoires) supposés relier l'homme au monde extérieur, à sa culture et à autrui, c'est ici la création d'un jeu s'affirmant par sa dimension de fiction mais mettant en scène les défauts de la *société* actuelle – et non de la *réalité* comme le pense Jane McGonigal – qui est proposée. L'objectif n'est pas de recouvrir le réel d'un voile ludique et d'illusion, mais bien de montrer ceux déjà à l'œuvre, en révélant les idéologies qui s'y dissimulent par le moyen du jeu. Cette technique du réveil, bien plus que du conditionnement du joueur à être fonctionnel au sein d'un système néolibéral, passe par l'élaboration d'une critique qui se fait par étape : la prise de conscience, le détournement des idoles du néolibéralisme par l'engagement citoyen et, enfin, la capacité d'agir en donnant du sens dans un temps à nouveau historique.

Au sujet de cette volonté de recouvrir le réel d'un voile d'illusion ludique, il me faut aborder un dernier point sur les habitants de la société du jeu total. Puisque les mentalités ont été analysées, il me semble important de traiter des représentations de cet individu contemporain ludique dans le projet.

Pour peindre son portrait, l'identité des Personnages Non Joueur (PNJ) a été travaillée à partir de plusieurs traits caractéristiques. Le premier prend appui sur les lunettes de réalité augmentée qui ont été citées lors du scénario d'usage d'une journée au sein de la société du jeu total. Ces lunettes de réalité augmentée ou virtuelle sont actuellement le nouvel eldorado technologique comme en atteste la prolifération de projets de création : l'« Oculus Rift » racheté par Facebook, le projet « Morpheus » de Sony, l'« HoloLens » de Microsoft, le projet « Glass » de Google ou encore les « RPG Glasses » de Razer et Gunnar qui travaillent en ce moment sur le projet « Eye-watch » proposant des lentilles de contact de réalité augmentée sous le slogan suivant « *Does actual reality bore you ? Well it bores us too. [...] What you need is augmented reality. A reality that's better than your reality. Because let's face it – your reality sucks* »¹⁴². Derrière l'augmentation de la réalité, c'est l'utopie de pouvoir la changer qui apparaît, par les moyens d'interfaces technologiques basées sur la quantification, l'ajout d'informations et l'hyperconnectivité de l'individu avec son environnement.

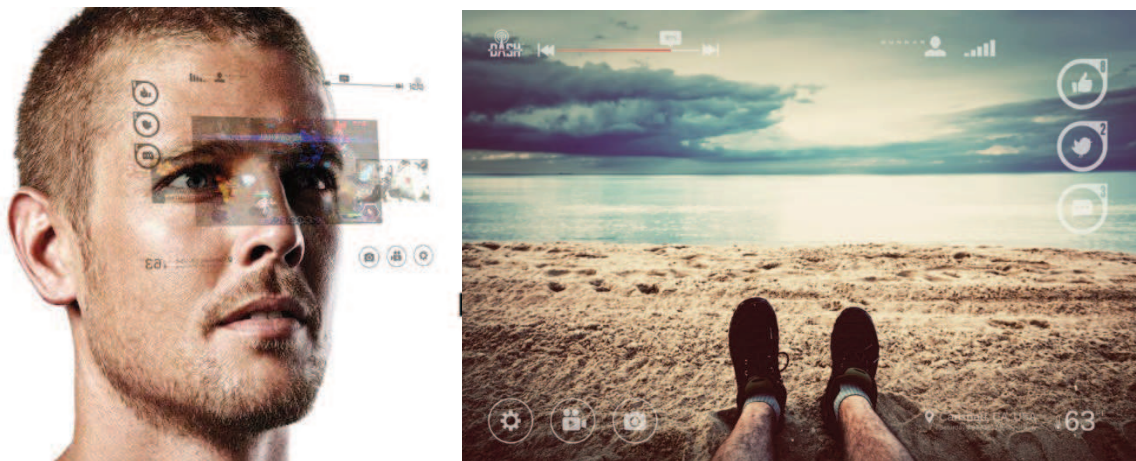


Figure 3.45 Gunnar, « Eye-Watch », 2015

¹⁴² Gunnar « Eye-Watch », slogan disponible en ligne à l'url suivant (consulté le 21.06.15) : <http://www.gunnars.com/gunnar-eye-watch-augmented-reality-lenses/>.

[Traduction] Est-ce que la réalité *actuelle* t'ennuie ? Eh bien, elle nous ennue aussi. [...] Ce dont tu as besoin c'est d'une réalité augmentée. Une réalité meilleure que la tienne. Car, admettons-le – ta réalité est nulle.

Ces projets ne sont pas de la science-fiction et proposent des prototypes fonctionnels qui permettent de se rendre « Maître et possesseur de la nature » une nouvelle fois, d'une manière différente. Pour améliorer la réalité, c'est l'individu qui se trouve augmenté de prothèses technologiques. Sa vision limitée n'est pas adaptée à la culture dans laquelle il vit. Tout doit changer pour résoudre sa dépression actuelle et le caractère insipide du réel. Ces projets s'inscrivent dans la même idéologie que celle de Jane McGonigal faisant l'amalgame entre la réalité et la culture, qui est construite et non immuable. L'individu contemporain n'accepte pas sa condition et sa place dans ce réel désenchanté. Les artifices technologiques parviendront-ils vraiment à lui donner les aspirations nécessaires et à le rendre fonctionnel dans cette « culture-monde »¹⁴³ ? Ne faut-il pas au contraire chercher à proposer d'autres visions du futur, plutôt que d'ajouter des filtres artificiels pour brouiller et enjoliver la perception néolibérale ? Cette augmentation de la *réalité* fait écho à celle de l'*Ubicomp World* où sortir du système idéologique néolibéral, et plus particulièrement du progrès, n'est pas une solution envisageable.

Les PNJ qui habitent la société du jeu total dans mon projet sont tous équipés de lunettes de réalité augmentée permettant de faire apparaître toutes sortes d'informations dans l'environnement. Ainsi l'interface présentée au joueur est une mise en abîme de la prothèse des lunettes que son avatar porte. Dans cette ville ludique, tout le monde porte des lunettes, elles sont indispensables pour être performant dans cette société. Plusieurs interfaces sont vendues à ces habitants : celle qui domine le marché est « E-llusion » dont le nom a été choisi en référence à la racine latine du mot illusion, *inlusio* qui signifie « entrée dans le jeu »¹⁴⁴.

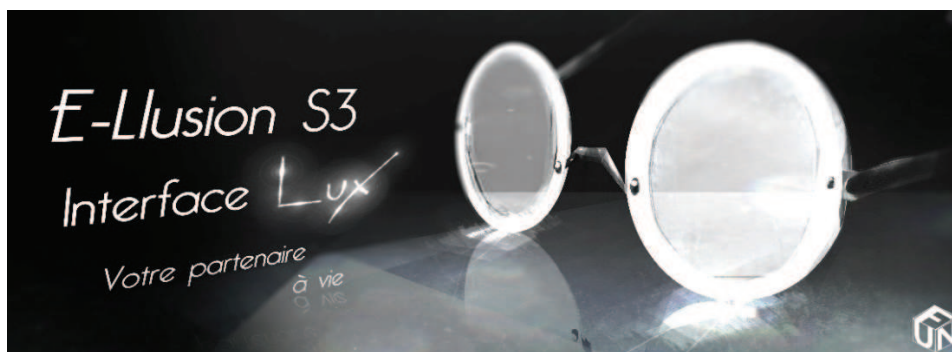


Figure 3.46
Jason Khoury,
publicité diffusée
dans l'univers du
jeu

¹⁴³ Dans *La Culture-Monde, Réponse à une société désorientée* (Paris, édition Odile Jacob 2008), Gilles Lipovetsky et Jean Serroy soulèvent la même idée au sujet d'une nouvelle définition de la culture qui auparavant représentait une superstructure de signes et qui aujourd'hui est devenue un monde (p. 7), une « réalité » (p. 9).

¹⁴⁴ J. HUIZINGA, *op. cit.*, p. 32.



Figure 3.47 Jason Khoury, concept art Personnage Non Joué (PNJ) féminin



Figure 3.48 Jason Khoury, concept art Personnage Non Joué (PNJ) masculin

Par l'utilisation de ces lunettes, les PNJ sont aussi augmentés d'informations permettant la quantification de soi (*Quantified Self*) : cette mesure des performances apparaît pour soi mais est aussi réutilisée à des fins *marketings* de consommation, à l'image des *Big Data*. Ces informations apparaissent autour des tenues des personnages. Cette mode vestimentaire, autre trait caractéristique, prend pour référence la cour à Versailles sous Louis XIV, les habitants du Capitole dans le film *Hunger Games* de Gary Ross, et également les tenues extravagantes de Lady Gaga. Elle traduit une société de l'apparence et du divertissement. Son caractère changeant est adapté à la société de consommation et du loisir¹⁴⁵.

Les derniers points fondamentaux à aborder concernent la construction des PNJ. À la manière de marionnettes articulées, voire par moment désarticulées, ces personnages peuvent personnaliser leurs apparences et s'augmenter physiquement. Classique ou transgenre ? Dans la société du jeu total, il est possible de jouer avec son corps. Ce changement de forme ne concerne pas uniquement le genre mais révèle aussi les aspirations posthumaines de la modification de l'homme par la science et la technologie en vue de dépasser les limites actuelles du corps humain.



Figure 3.49 Stelarc, *Ear On Arm*, 2007/2010



Figure 3.50 A gauche, Eisenmann Charles, photographie de Frank Lentini, Collection de l'Université de Syracuse de Roland G. Becker

Figure 3.51 A droite, PNJ

¹⁴⁵ Il ne faut cependant pas dénigrer la mode comme un phénomène digne d'intérêt et d'étude comme le propose Frédéric Godart, « La Mode, un fait social total ? », in *Sociologie de la Mode* (Paris, La Découverte, 2010, pp. 3-11), puisque s'y jouent à l'intérieur des rapports de production, de création et de symbolisation qui se font les témoins de l'esprit du temps.

Les PNJ apparaissent alors à la manière de *freaks*, ces « bêtes de foire », de la femme à barbe, au Grand Lentini, qui étaient données en spectacle dans les fêtes foraines. Ces minorités sociales ne rentraient pas dans les normes physiques admises. Considérés comme des anomalies, elles ont peu à peu disparu par les progrès de la génétique et de la médecine. Si l’imaginaire des *freaks* se réveille à nouveau aujourd’hui, c’est de manière bien différente. En effet, ce n’est plus le fruit de la nature qui amène à la création d’êtres humains non-conformes à la majorité, mais bel et bien celui de l’homme de science. Il est maintenant possible de modifier son corps, selon son bon vouloir, par la chirurgie et les nanotechnologies. Ce nouveau contrôle des lois de la nature signe ici encore l’omniprésence d’une liberté conditionnée par l’hyperrationalisation.

Pour traduire la superficialité de ces personnages, il est nécessaire de les modéliser en 3D comme des plans ayant peu d’épaisseur. Leur caractère étrange est accentué par le visage heureux qu’ils sont obligés d’afficher et de tourner vers le joueur. Par une technique de « *Camera Facing Billboard* » qui consiste à orienter un objet en fonction d’une cible, ces personnages se montrent toujours sous leur meilleur angle et accomplissent leur devoir d’afficher un sourire traduisant leurs sentiments de plaisir.

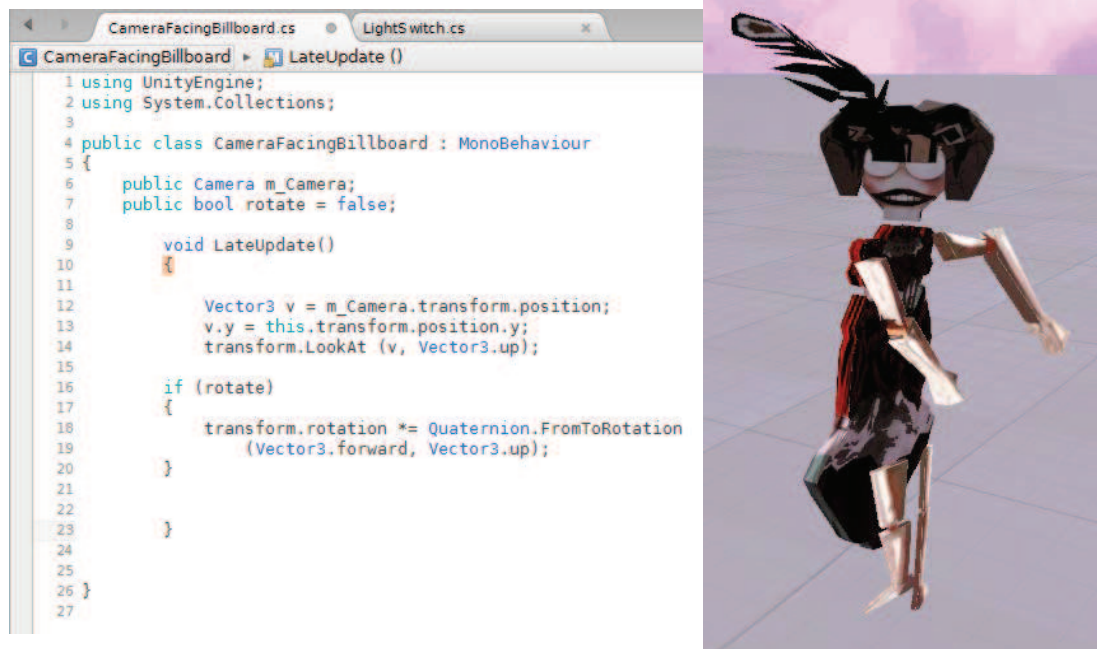


Figure 3.52 Script en C#¹⁴⁶ du Camera Facing Billboard et son application en jeu sur un PNJ

¹⁴⁶ Le C# ou C Sharp est un langage de programmation orienté objet, créé par Anders Hejlsberg, chez Microsoft. Ce langage est utilisé pour créer le projet présenté.

Cette obligation de bonheur sous le régime politique de la mère nourricière, traduit la représentation d'individus aliénés et pris dans l'idéologie néolibérale. Ils sont à l'image de ces pions décrits par Mark McKenzie dans cette bataille titanesque dont ils se retrouvent exclus. Cependant, il ne s'agit pas ici d'être fataliste, l'individu contemporain peut encore sortir des arènes vidéoludiques, en jouant de cette pratique du réveil qui est apparue comme un contre-poids essentiels aux techniques narcotiques de la *gamification*.

Conclusion

La *gamification*, bien plus qu'une science du jeu, se révèle comme une science de l'homme, dont la portée excède largement le cadre de sa définition première, comme phénomène émergent. Ses dimensions - sociologique, philosophique, anthropologique et éthique - révèlent l'idéal d'une société du jeu total dont l'ambition des individus n'est plus politique ou citoyenne mais avant tout ludique. Le masque du jeu s'y dévoile teinté par l'idéologie néolibérale puisque c'est l'appât du gain qu'il fait convoiter pour rendre fonctionnels les individus contemporains dans un monde réduit à un rapport marchand, viscéral, basé sur la jouissance et les sensations. Sa fonction est de simplifier, d'adoucir, de donner du plaisir, mais aussi de manière pernicieuse de rendre flou les différentes frontières et strates de la vie quotidienne. Le travail doit être un loisir. La citoyenneté doit être un jeu. La morale, aussi. La réalité, elle, doit être virtuelle ou augmentée de technologie, sans quoi elle ne vaut pas la peine d'être vécue. L'apprentissage doit être une facilité, fait de *fun* et non de *flow*. En bref, la vie doit être un jeu.

Ce fait social total de la *gamification* apparaît dans des dimensions de nature morphologique, due au nombre considérable de joueurs de jeux vidéo, économique par le rapport utilitaire et celui de consommation qu'il met en œuvre, et également juridique due au à l'idéal de gouvernance qu'il porte en lui. Les dimensions soulevées par Marcel Mauss comptent aussi le caractère religieux, sacré, rituel, du fait social total, dans lequel la *gamification* trouve sa place en ranimant les origines culturelles du jeu, et en transformant la religion du divin en celle d'une rationalisation exacerbée. Enfin, la dimension esthétique du fait social total de la *gamification* n'a pas fait l'objet d'étude dans ce chapitre. Ce n'est pas par volonté de l'éluder, au contraire, c'est pour lui accorder une place privilégiée qui permet de faire avancer le mouvement réflexif dans lequel s'inscrit ma pratique artistique. En effet, il reste à étudier comment le jeu a aussi pénétré le champ des arts. La trajectoire historique du Chapitre 2 doit se poursuivre dans cette deuxième partie, notamment parce qu'elle alimente l'élan à l'origine de ce projet plastique. N'est-il pas possible de questionner ma pratique au regard du médium ludique qu'elle emploie, comme une expression de ce mouvement, prédominant aujourd'hui, de *gamification* ? Le projet que je crée n'est-il pas lui-même l'expression de ce siècle du ludique dans lequel l'art lui-même fusionnerait avec le jeu sous ses formes digitales ?

La conciliation de l'art et du jeu conduit nécessairement à s'interroger sur la nature du jeu vidéo. Si l'homme peut être regardé sous la lentille du ludique, il faut prendre garde à ne pas voir dans le jeu qu'un esprit, une attitude, dont on attend bien souvent une pensée créative et en marge. Aurélien Fouillet, chercheur au Centre d'Etude sur l'Actuel et le Quotidien, propose, dans *L'Empire du Jeu*, d'y voir une *imago mundi*¹, une image du monde. Effectivement, celui-ci permet de créer des espaces à la fois physiques et abstraits, au sein desquels le monde se rejoue. Si le philosophe insiste sur les relations et les attitudes des joueurs, le jeu, dans son contenu, y est abordé comme un territoire. Cette définition du jeu est à interroger car la notion de territoire et de conquête est très présente dans les jeux vidéo. Elle fait notamment écho au « cercle magique »² de Huizinga. Cependant cette pensée du jeu comme espace semble incomplète : celui-ci est-il neutre et apte à recevoir des significations par la seule appropriation des joueurs, comme des « lieux communs »³ destinés à être investis ? En effet, si Aurélien Fouillet montre bien que les formes contemporaines ludiques sont propres à une époque – il parle notamment de la télé-réalité, des BD américaines et des jeux vidéo – le « retour au ludique »⁴ de la *gamification*, qu'il embrasse, n'est jamais envisagé du point de vue de ses représentations. La généalogie fort pertinente qu'il propose ne tient toutefois pas compte du contexte historique d'apparition des jeux, ni des métamorphoses que ceux-ci connaissent dans le temps. Il y a fort à parier que les jeux qui habitaient l'esprit de Huizinga n'étaient pas les mêmes qu'aujourd'hui, et qu'au travers de ces espaces de *reliance* ou de mémoire, ceux-ci par leurs règles et leur technologie ne sauraient s'afficher comme des objets neutres. Au contraire, il paraît important de les regarder comme étant riches des représentations et de l'esprit du temps dans lequel ils émergent. Le jeu a-t-il été de tout temps un instrument idéologique comme dans le cas de la *gamification* ? Ou bien celle-ci témoigne-t-elle d'une utilisation particulière, d'une position récente, vis-à-vis de cet objet ? C'est aussi la neutralité de ces espaces ludiques qu'il faut à présent remettre en question.

¹ A. FOUILLET, *L'Empire Ludique, Comment le monde devient (enfin) un jeu*, Les éditions nouvelles François Bourin, Paris, 2014, p. 102

² J. HUIZINGA, *Homo Ludens, Essais sur la fonction sociale du jeu*, p. 30

Le cercle magique est comme un couple parenthèse, concret ou abstrait, dédiée à un espace à l'intérieur duquel se joue, temporairement, le jeu.

« L'arène, la table à jeu, le cercle magique, le temple, la scène, l'écran, le tribunal ce sont là tous, quant à la forme et à la fonction, des terrains de jeu, c'est-à-dire des lieux consacrés, séparés, clôturés, sanctifiés, et régis à l'intérieur de leur sphère par des règles particulières. Ce sont des mondes temporaires au cœur du monde habituel, conçus en vue de l'accomplissement d'une action déterminée. »

³ A. FOUILLET, *op. cit.*, p. 119

⁴ *Ibid.* p. 50

Partie 2

Territoires vidéoludiques

Espaces neutres?

Introduction

Pour bien comprendre le fonctionnement de la *gamification*, il est nécessaire de la resituer dans la sphère qui lui est propre, à savoir celle des jeux vidéo. Eux-mêmes doivent être étudiés à la lumière de leurs antécédents : les jeux de société mais aussi les jouets. Chacun de ces objets apparaît comme un espace investi de représentations tant formelles que structurelles qui en font des territoires colonisés par les problématiques sociétales de leur temps.

En observant l'innocence présumée des jouets et des jeux, c'est la culture qui les soutient qui se révèle, laissant apparaître les traces, parfois discrètes, des tensions qui habitent leurs contextes de création. Leur neutralité, souvent revendiquée, s'efface dans l'analyse des images, des règles et des espaces qu'offrent ces objets ludiques. Pour les comprendre, il est d'ailleurs nécessaire de rouvrir la question de leur définition, non pas dans une dimension formelle, structurelle ou encore essentialiste, mais bien plutôt sociétale. Quelle est leur place dans la société et quelle est leur histoire ? Quelles fonctions leur attribuer et quelle portée leur conférer ?

Dispensateurs de divertissement détournant de l'ennui, ou outils pédagogiques, les jeux méritent qu'on leur accorde une analyse en corrélation avec la figure du créateur qui leur donne naissance. Du « *gamificateur* » au « concepteur éclairé », c'est le chemin que parcourt cette deuxième partie pour dévoiler les enjeux à l'intérieur des jeux vidéo. En étudiant les jeux et les jouets, la question fondamentale qui anime cette recherche porte sur les discours qui s'agrègent dans ces formes, faisant d'eux des territoires qui peuvent être investis par les idéologies dominantes, mais aussi par des revendications artistiques et critiques qui pourront être observées dans l'*Artgame* et le *Game Art*, refermant ainsi l'entreprise de totalité amorcée dans les chapitres 2 et 3.

Chapitre 4

Les jeux et l'esprit du temps

1. De l'expérience-joueur aux représentations sociétales

1.1 Jeux vidéo, jouets et jeux de société

Pour comprendre la spécificité des jeux et leur relation avec la société qui les crée, ce chapitre propose de revenir sur leurs définitions. L'objectif est de se préoccuper d'une problématique qui habite et divise les *game studies*¹, et non pas de tenter d'épuiser la définition du jeu. Le problème abordé ici est souvent éludé dans la sphère vidéoludique. Il concerne les représentations véhiculées dans ces formes et leurs rôles dans le cadre du « cercle magique ».

S'il est encore ici traité du jeu, peut-être plus par moment que du jeu vidéo, c'est parce qu'il faut prendre en considération l'appartenance de ce dernier à des objets plus anciens. Les jeux vidéo, bien qu'ayant leur spécificité par l'utilisation d'images, et, ou, de sons digitaux, et par la relation interactive homme-machine qu'ils sollicitent, sont uniques dans l'histoire. Cependant, ils gardent une forte affiliation avec leurs ancêtres, des jouets aux jeux de société. On aurait tort de les séparer car il en résulterait la perte des précédentes réflexions sur lesquelles doivent pouvoir se bâtir les nouvelles. Cette investigation n'a pas pour but de répertorier les différentes caractéristiques qui constituent *un* jeu, mais d'observer ce de quoi *les* jeux se font les véhicules et d'amorcer l'analyse de leurs rôles et de leurs conséquences.

¹ Les *game studies* constituent un champ de recherche pluridisciplinaire, comme une « science du jeu ». Il existe à ce sujet une polémique autour de la traduction du terme de *game studies* soulevée par Patrick Schmoll dans son article « Sciences du jeu : état des lieux et perspectives », *Revue de Sciences Sociales*, 2011, n°45, « Jeux et enjeux », pp. 10-19. En effet, *games studies* est aussi l'équivalent de la *ludologie*. Cependant ce dernier terme n'est que peu employé car il désigne aussi une école de pensée qui s'incarne dans la figure d'Espen J. Aarseth qui s'est définie par opposition à la narratologie, comme souligné dans la note⁴⁹ du chapitre 1.

1.2 Un objet du domaine de l'action ?

De nombreux ludologues mettent de côté la relation du jeu au monde extérieur et social. Ils excluent sa portée symbolique pour valoriser la création de sens qui émerge à l'intérieur de l'espace et du temps consacré au jeu. Leur analyse se concentre sur l'« expérience-joueur », comparable à l'expérience-utilisateur (*user experience*) dans le domaine des Interfaces Hommes Machines (IHM). Ici, la notion d'expérience-joueur est employée en mettant l'accent sur la dimension émotionnelle de la réception du jeu. Celle-ci, dans le jeu vidéo, apparaît comme un rituel de passage. De la pratique « d'avoir été ou d'être un joueur », le concepteur transmet, par projection, des états spécifiques expérientiels². Celui-ci imagine ce que le joueur va vivre en concevant le jeu. Il envisage ainsi la réception de son œuvre. Pour de nombreux ludologues, l'expérience-joueur est la seule finalité du jeu³. C'est en effet la thèse défendue par Frans Maÿra, professeur en sciences de l'information et média interactif de l'Université de Tampere. Dans *An Introduction to Game Studies*, il présente les jeux comme un système de sens qui se construit à l'intérieur de l'activité ludique au contact du joueur. Cette création de sens, nommée « *ludosis* », s'oppose à un système signifiant qui demanderait une « interprétation », comme la poésie ou la télévision : celui d'une « *semiosis* »⁴.

Games constitute similarly interactive cultural systems, with a specific emphasis on meaning-making through playful action (ludosis), as contrasted with meaning-making as

² Cette réflexion sur l'expérience-joueur se trouve développée par Emmanuelle Jacques, *Le Plaisir de jouer ensemble*, op. cit. p. 124.

³ Cette discussion est ouverte à nouveau dans le chapitre 5 car elle semble nier la possibilité de concevoir une théorie du jeu d'auteur ou d'artiste.

⁴ Le terme proposé par Frans Maÿra est implicitement emprunté à Charles Sanders Peirce, *Ecrits sur le signe*, Paris, Seuil, 1978. Elle implique l'idée que la pensée se construit dans un réseau de signes reliés les uns aux autres. Frans Maÿra fait ici référence à la position de l'interprétant qui va construire une interprétation par correspondance et analyse des signes qui lui sont présentés. Ne voulant pas entrer ici dans les théories sémiotiques et leur relation avec les jeux vidéo – qui ont déjà fait l'objet de travaux scientifiques de la part de Sébastien Genvo, *Le Jeu à son ère numérique, comprendre et analyser les jeux vidéo*, Paris, L'Harmattan, 2009, pp. 147-148 – la sémiotique de Pierce, mais aussi la reprise du schéma canonique actantiel de Julien Algirdas Greimas, constituent des outils pertinents pour le *game designer* et la construction de l'expérience-joueur qui ne sont pas utilisés dans le cadre de cette recherche. Toutefois, la phanéroscopie de Peirce (ou triadique du signe) constitue un point de vue intéressant notamment du point de vue du symbole (« tiercéité ») qui constitue une signification conventionnelle renvoyant à une loi reçue et interprétée par une personne tierce. C'est dans le symbole que se manifeste la culture, plus que dans les deux autres parties, l'indice (« priméité ») ou l'icône (« secondéité ») passant par des relations d'analogies, d'évidences ou de sensations. Ainsi dans le cadre d'une transposition de la théorie du signe de Peirce aux jeux vidéo, la tiercéité pourrait constituer un niveau d'interprétation allant au-delà de l'image et de l'action qui pousse à agir en révélant une dimension plus globale, en révélant la totalité, dans laquelle le jeu se trouve imbriqué dans le monde.

*decoding of messages or media representations (semiosis), typical for such cultural systems as television shows or contemporary poetry*⁵.

Dans ce discours, on retrouve la dichotomie entre un jeu qui aurait une dimension spécifique et un jeu qui emprunterait les caractéristiques d'autres médiums plus narratifs laissant la place à un interprétant, plus qu'à un « acteur ». En faisant référence à la sémiotique de Charles Sanders Pierce, Frans Maÿra cherche à s'en éloigner pour construire une dimension spécifique des jeux vidéo : celle de l'activité.

L'activité, l'action ou l'activation est une spécificité des jeux souvent mise en avant pour définir les jeux vidéo. Par exemple, le philosophe Mathieu Triclot propose de voir dans ces objets des images interactives qui seraient uniquement lues pour repérer ce qui y est activable ou non⁶. En détournant la formule marxiste⁷, Mathieu Triclot propose de voir un joueur qui n'est pas là pour « interpréter » le monde mais pour le « transformer ». Dans cette dimension de l'action, c'est la question de ce qui est représenté dans les jeux vidéo qui disparaît et, par conséquent, celle du sens et des référents réels véhiculés par ces objets. En effet, si Mathieu Triclot, ni même Frans Maÿra, ne s'opposent à cette idée, celle-ci ne constitue pas un objet de premier ordre dans la compréhension de ce qu'est un jeu vidéo. La signification et l'interprétation sont évacuées au second plan et apparaissent comme non indispensables. Elles sont pourtant présentes dès que la dimension culturelle des jeux⁸ est évoquée. Cependant, malgré ces considérations, c'est bien l'action et les différentes sensations qu'elle entraîne qui sont valorisées. Mathieu Triclot, par exemple, privilégie ce qu'il appelle une « esthétique du sens » voire même une « politique du *fun* »⁹ en faisant, ici,

⁵ F. MAYRA, *An Introduction to game studies, Games and Culture*, Londres, Sage Publications, 2008, p. 19.

[Traduction] Les jeux constituent des systèmes interactifs similaires, avec un accent particulier mis sur la *création de sens par le biais d'action ludique (ludosis)*, par opposition à une création de sens basée sur le décodage de messages ou de médias de représentations (*semiosis*), typiques pour des systèmes culturels comme les émissions de télévision ou la poésie contemporaine.

⁶ M. TRICLOT, « En-[jeu] vidéo », conférence inaugurale, Colloque « En-jeux[vidéo] des images », obs/in, Arles, 23 octobre 2013.

⁷ K. MARX, *L'idéologie Allemande*, Première partie « Feuerbach », traduction de 1952, document numérique de Jean-Marie Temblay, Bibliothèque Paul-Emile-Boulet, Université du Québec, p. 59 : « Les philosophes n'ont fait qu'interpréter le monde de différentes manières, ce qui importe c'est de le transformer ».

⁸ Par exemple, Frans Maÿra incorpore le contexte culturel dans lequel émerge le jeu. Selon lui un élément de jeu ne peut être dissocié de sa signification à l'intérieur d'un contexte culturel (*op. cit.* p. 19). Son analyse se porte plus volontiers sur la construction d'une culture propre au joueur que sur la transmission de sens depuis le concepteur, et donc la manière dont la société dans laquelle le jeu émerge ou se développe va influencer sa forme, puis le *jouer*, puis le joueur. Pour Mathieu Triclot, c'est la culture elle-même qui devient synonyme de technologie : les jeux vidéo induisent une volonté de se lier intimement avec les machines (p. 15). Ils produisent des univers symboliques dont les référents sont en lien avec le réel.

⁹ M. TRICLOT, *Philosophie des Jeux Vidéo*, Paris, La Découverte, 2011, p. 211.

référence aux expériences éprouvées dans un jeu vidéo, que lui-même relègue du côté du *marketing* expérientiel.

Ce sont donc ces deux dimensions – actions et sensations – qui sont recherchées par le joueur, laissant ainsi de côté « la richesse signifiante inégalée de l'image filmique » pour privilégier « un univers de signes actionnables ».¹⁰ En excluant la symbolique représentative des jeux vidéo, Mathieu Triclot cherche à mettre en lumière la spécificité de ce médium qui possède son propre langage. La construction de symboles de ces univers passe par une logique de l'algorithme, autrement dit, du nombre, du calcul, et de la règle¹¹. Cependant, en spécifiant le jeu vidéo et en l'excluant, par exemple de l'utilisation de plan séquence, de cadre, de lumière et d'ombre, cet objet ne perd-t-il pas en profondeur ? La théorie du jeu, que le philosophe propose, s'inscrit dans l'identification et la compréhension des régimes d'expériences vécues par le joueur. C'est donc autour de lui que se trouve centrée l'analyse.

Ainsi bien souvent, la disposition du joueur face au jeu, dans l'attente de sa dose de sensations et d'action, semble ne pas lui permettre d'en accueillir le sens. Chez ces deux auteurs, l'état ludique n'est interrogé que sous la question du plaisir ou du sens de l'action. Ce qui est soulevé c'est comment le jeu est construit pour trouver ce qui va porter la marque d'une possible activation de la part du joueur, et non d'une interprétation ou d'une réflexion. Ce point de vue ouvre la question de la réception du joueur, de sa passivité ou de son activité face au médium. Il est important de remarquer, qu'ici, dans une vision du jeu qui, à l'extrême, ne tiendrait pas compte des représentations et de son sens hors de son *gameplay*, c'est dans l'activité que se manifeste la passivité intellectuelle du joueur. Celui-ci « absorbe » finalement les images comme si elles n'avaient pas de significations, effectue les actions comme si ces dernières n'avaient pas d'autre portée significative que dans le contexte immédiat et interne à la situation de jeu¹².

¹⁰ M. TRICLOT, *op. cit.*, p. 96.

¹¹ M. TRICLOT, *op. cit.*, p. 201

¹² Notons le positionnement ambivalent de Mathieu Triclot à ce sujet, qui bien qu'évacuant la question des représentations, traitent d'une dimension symbolique et significative des jeux vidéo. Dans son analyse du jeu *Les Sims*, ils révèlent l'ensemble des idéologies qui se manifestent entre les mains du joueur. Sa théorie du jeu présente alors une dimension politique également en ce que le joueur peut activer et se conformer à des règles néolibérales dispensées par le jeu.

1.3 Quel(s) sens dans les jeux vidéo : deux visions opposées

Construire le jeu sur la spécificité de la *ludosis* n'est-ce pas l'enfermer, ou du moins l'isoler, dans un réseau de signes qui lui est propre, excluant, ainsi, finalement, toutes interrelations entre le jeu, sa symbolique et la culture d'où il émerge ? La question de l'émergence du sens est un point de tension dans les sciences du jeu qui traduit deux visions opposées. Celles-ci ont des conséquences à la fois sur la manière dont le joueur est invité à investir l'environnement ludique, et à la fois sur la compréhension de la place du jeu dans les sociétés, au fil de l'histoire. Dans la première vision du jeu proposée, ces sciences se concentrent sur l'expérience-joueur. Le joueur est l'unique finalité du jeu. Le jeu n'est qu'un prétexte à son activité qui elle est porteuse de sens. Ce sont les pratiques, les ressentis et les créations des joueurs qui comptent.

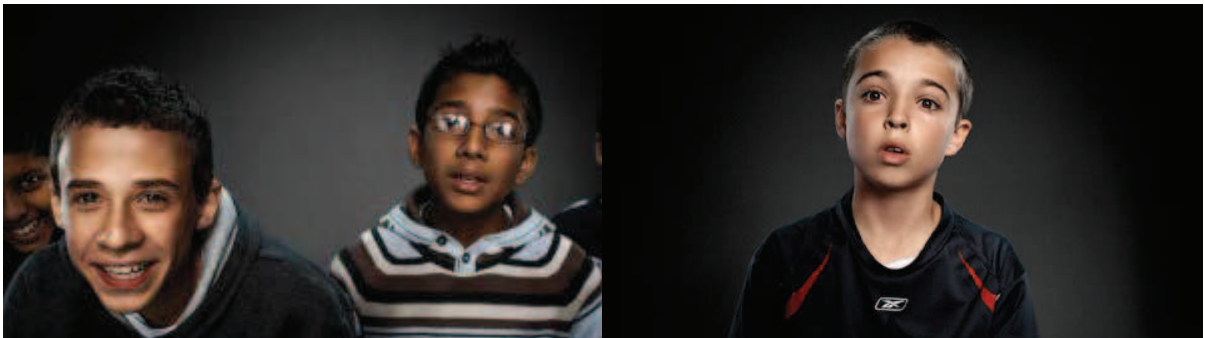


Figure 4.1 Robbie Cooper, *Immersion*, "Quay Haydar, Sam Baxter – Fifa 2008" (à gauche)

Figure 4.2 Robbie Cooper¹³ *Immersion*, "Jack Steel – Grand Theft Auto IV" (à droite)

L'analyse de la partie précédente sur la *gamification* s'inscrit plutôt dans une seconde vision du jeu : celle-ci tient compte de la culture dans laquelle émerge l'objet ludique, notamment en considérant ses représentations qui doivent être entendues dans un sens plus large que les « images » qui s'agissent à l'écran. En effet, le travail de recherche précédent démontre comment le jeu détient une place religieuse, sociétale, politique, voire économique. Il semble difficile de l'extraire de ces différentes strates pour le considérer comme un objet à part, autonome, coupé des influences du monde contemporain. Egalement la définition du jeu comme une activité sans signification hors de son *gameplay* pose problème compte tenu de la pratique plastique associée à cette recherche, et soulève des questions à la fois d'ordre théorique, sur ce qui constitue un jeu vidéo, et d'ordre pratique sur les possibilités de construction de ce dernier. Si le joueur détient une relation privilégiée avec le jeu, celle-ci est-elle uniquement celle d'une activité ? Le jeu ne peut-il pas laisser une trace qui dure dans le

¹³ R. COOPER, *Immersion*, Exposition Maison d'ailleurs, 2012.

temps et créer une interprétation après-coup ? Le jeu ne peut-il pas non plus induire une relation à la fois dans l'action et dans l'interprétation, dans une réconciliation dialectique de ces deux dimensions ? Ne peut-il pas être manipulé à la manière d'un plan séquence mais avec ses outils propres : agencement de l'espace (*level design* et *level art*), mécaniques de jeux, narration environnementale, mais aussi sons et images ? Les jeux vidéo utilisent également une caméra, ne peut-elle pas porter un discours sur ce qui est proposé dans ce jeu, de manière finalement aussi signifiante que le cinéma, mais aussi avant lui la photographie, la peinture ou encore la sculpture ?

Définition de l'expérience-joueur

Si à la lumière des avancées de *L'Envers du Décor*, il paraît évident que celui-ci ne prend pas la tournure d'un objet neutre réduit, uniquement, à l'expérience-joueur, la question du sens a le mérite de soulever celle de la place du joueur, ce joueur que je n'ai jusque-là que très peu mentionné. En cherchant à créer un jeu au *game design* complexe et signifiant, il est facile de faire l'impasse du joueur, d'oublier que ce projet se destine à être effectivement activé à un moment donné¹⁴. Perdre de vue le joueur est chose facile, mais céder aux caprices d'une cible artificielle pour plaire au plus grand nombre l'est également. Concevoir un jeu vidéo, c'est parvenir à créer une relation éprouvée entre le concepteur, le joueur et l'objet qui fait jeu. Ainsi, s'instaure une transmission de sens depuis l'intention du concepteur jusqu'au joueur.

La volonté de créer une expérience transformatrice pour le joueur a déjà été évoquée. *L'Envers du Décor* s'inscrit dans la transmission d'un état des lieux sur la société contemporaine et la place du jeu aujourd'hui, dans ses pouvoirs séducteurs et manipulateurs selon son instrumentalisation. En donnant à penser ce constat qui se déploie par l'utilisation d'une rhétorique au sens aristotélicien du terme¹⁵, c'est aussi des outils émancipateurs théoriques et cognitifs que le jeu tente d'offrir au joueur. Celui-ci, comme il a déjà été évoqué au chapitre 1, est lui-même mis en scène dans l'univers. La mise en abîme de ce constat passe par le procédé d'une caméra à la première personne, l'absence de raccourci ludique, comme l'absence de mort du personnage, la téléportation d'un endroit du jeu à l'autre, mais aussi par

¹⁴ Cf. chapitre 5, p. 259.

¹⁵ Cf. chapitre 5, p. 253.

le procédé de narration environnementale. Le but définitif du jeu, par le moyen de l'ARG, est d'aller chercher le joueur depuis son quotidien pour l'emmener vers cet univers virtuel. Cependant son objectif final est de l'inciter à retourner vers la réalité physique, enrichi des valeurs et des questionnements mis en scène, y participe également. Enfin, l'absence d'hyperassistance va conduire le joueur à poser une réflexion, notamment en créant une distance entre lui et le système ludique proposé. Plutôt que d'automatiser des procédés d'aide au joueur pour résoudre les problèmes qui se présentent à lui dans le jeu, celui-ci doit créer sa propre assistance de manière libre, notamment par la prise de notes et de croquis. L'idée n'est pas non plus de rendre le jeu inaccessible au joueur mais plutôt de convoquer ses capacités de réflexion et d'interrogation tout au long de la partie. Pour imaginer cette méthode, il est demandé au joueur à des moments précis du jeu d'entrer des suites de caractères – des noms ou des phrases – qu'il ne peut découvrir que dans l'exploration du niveau. Pour cela, la découverte de l'indice ne fait pas l'usage de *feedback* grandiloquent et n'automatise pas l'écriture de l'indice dans un carnet virtuel. C'est au joueur de noter sur une feuille de papier ce qui peut lui sembler important ou non, convoquant ainsi ses capacités d'analyse et le mettant dans un état d'interrogation. Cet état constitue le point clé de l'expérience-jouer qui va s'articuler autour de la recherche du sens, mais cette fois-ci pas d'un sens à activer, ou à ressentir, mais bel et bien d'une *sémiosis*. Sans entrer dans une opposition entre les deux orientations, mais plutôt dans une réconciliation du potentiel entier du médium vidéoludique, *ludosis* et *sémiosis* cohabitent dans ce projet.

Si cette pratique fait appel au *retro-gaming*¹⁶ et peut viser un public plutôt expert des jeux vidéo, l'exploration elle, vise un public plutôt modéré dans sa pratique. Ces catégories souvent qualifiés d'« *hardcore gamer* » ou de « *casual gamer* »¹⁷ ne s'appliquent pas à ce

¹⁶ Le *retro-gaming* est une pratique des premiers jeux vidéo – souvent catégorisés selon les quatre premières générations de consoles. Cette pratique a également créé un marché de niche pour des développeurs indépendants. De nombreux jeux imitant les techniques des premiers jeux - *pixel art*, musique 8-bits, ou encore thématiques désuètes - voient le jour dans la cour des jeux vidéo indépendants.

¹⁷ Le joueur averti, ou « *hardcore gamer* », joue à des jeux complexes, cherche souvent à maîtriser parfaitement un jeu et à posséder les meilleures statistiques possibles. Il est souvent décrit comme possédant une vision globale du jeu, « méta » lui permettant de détourner le système. Le *hardcore gamer* se définit par un investissement dans le jeu. En opposition, le terme de *casual gamer* a vu le jour. Il désigne un joueur dont la pratique est plus décontractée et moins sérieuse. Ces catégories sont à remettre en question. Plutôt que de parler de joueur ou de jeu « *hardcore* » ou « *casual* », il semble plutôt que ce soit la pratique qui puisse varier en fonction des jeux et des mêmes joueurs. Ainsi un jeu qui au départ a pu être conçu et développé dans une dimension plus « *casual* », comme un *Bejeweled* (PopCap, 2010), peut très bien définir une pratique *hardcore* cherchant à battre tous les records sur certains modes de jeu. À l'inverse, un jeu que beaucoup de joueur considérerait comme plus « *hardcore* », comme *GTA IV* (RockStar Games, 2008) par exemple, peut très bien laisser place à une pratique « *casual* » consistant à simplement rouler en voiture dans les rues de l'*open world* (monde ouvert) de Liberty City.

projet. En effet, la cible n'est pas conventionnelle et s'adresse à un public de niche. Il s'agit de joueurs marginaux qui ne sont pas nécessairement des joueurs de jeux vidéo *mainstream*, mais qui s'intéressent plutôt aux jeux indépendants, et plus particulièrement aux *artgames*, sur lesquels nous viendrons au chapitre 6. Ainsi, ces joueurs sont très souvent eux-mêmes concepteurs et constituent une cible curieuse sur l'évolution du médium vidéoludique. Elle s'adresse à un public adulte. Ce public n'est pas incompatible avec les cibles *marketing* des jeux vidéo industriels mais s'en différencie de plus en plus. Par les questions socio-politiques et philosophiques qui sont mises en jeu, mon joueur est nécessairement spécifique. L'objectif est qu'il se détourne du présent, de la jouissance immédiate par un de ces objets véhicules privilégiés et se questionne sur l'avenir. Sans avoir la prétention d'apporter des réponses et de porter un jugement de valeur, le jeu est avant tout à comprendre comme un système venant soulever des questions qui parfois dérangent, mais qui, surtout, sont souvent étouffées par rapport aux modes d'être des individus contemporains, au profit d'une machine économique au terme de laquelle l'humain est exclu.

Dans ma pratique, l'expérience-joueur conçue repose à la fois sur l'émotion et la réflexion : l'émotion proposée reste fortement intellectualisée et se construit en fonction du cheminement réflexif du joueur.

Ressenti général :	Emancipation de la société du jeu total
	Chercher à comprendre le sens du jeu
	Remise en question de soi, réveil et prise de conscience

Figure 4.3 Tableau de l'expérience-joueur, ressenti général du joueur

Pour cela, les émotions sont travaillées en fonction des trois catégories proposées par Marc Albinet dans *Concevoir un jeu vidéo*¹⁸. La première catégorie concerne les émotions fictionnelles qui font appel à la dramaturgie du jeu. La deuxième catégorie concerne les émotions artistiques. Marc Albinet entend par « artistiques » tout ce qui a trait au style graphique et sonore. Cette dénomination pose problème au regard du travail artistique qui passe également par les émotions fictionnelles et vidéoludiques. Il s'agit plutôt d'émotions dispensées par un dispositif visuel et sonore. La dernière catégorie concerne les émotions

¹⁸ M. ALBINET, *Concevoir un jeu vidéo*, op. cit., p. 52.

vidéoludiques qui se concentrent sur la dimension d'activité du jeu, interrogée dans cette partie.

1. Emotions fictionnelles

Qui est le personnage et quel est son objectif ?	Le joueur incarne trois personnages, dont les buts sont tous associés à la société du jeu total et à ses caractéristiques. Ils n'ont pas d'objectif transcendant, seulement de maintenir leur train de vie. Le joueur, quant à lui, a comme possibilité de bouleverser ces individus et de les réveiller de leur aliénation à la société du jeu total.
Opposants et objectifs	Le joueur est son propre opposant par le contrôle qu'exerce sur lui la société du jeu total. Le système de la société du jeu total est la figure autoritaire et l'ennemi du joueur. Elle est représentative d'un système politique maternel, celui du pouvoir, et dissimule par l'excès de biens et de sensations un contrôle néolibérale aliénant.
Point de vue	Critique, dramatique.

Figure 4.4 Tableau des émotions fictionnelles de l'expérience-joueur

2. Emotions dispensées par un dispositif visuel et sonore

Style artistique :	3D non réaliste, ambiance et texture papier et décor en carton ¹⁹ .
Images :	La ville, par exemple, au premier abord, donne un sentiment enchanteur qui dégénère rapidement en quelque chose de dérangeant. Les images jouent sur la dimension du merveilleux qui évolue vers le désenchantement et l'étrange.
Sons :	Règne dans le jeu une cacophonie musicale, comme dans un casino, elle est à la limite du supportable. Celle-ci évolue au fur et à mesure de la prise de conscience du joueur et devient de plus en plus désagréable.
Mise en scène :	Le jeu se divise en quartiers qui mettent en scène différents personnages dont les actes et les prises de conscience sont de plus en plus percutantes.

Figure 4.5 Tableau des émotions artistiques de l'expérience-joueur

¹⁹ Je reviendrais sur ce choix dans la deuxième partie de ce chapitre.

3. Emotions vidéoludiques

Activités	Exploration, découverte, réflexion
Rythme	Le rythme est par moment insoutenable dans la ville. Le joueur peut courir pour répondre aux différents défis. Le rythme est contrasté par un temps plus lent et distancié dans les phases de prise de conscience du joueur, dans les contre-espaces sur lesquels nous reviendrons.
Addiction	Le jeu propose une forte addiction et stimulation du joueur dans la ville. L'objectif est de provoquer le dégoût de cette addiction, l'envie de ne plus y céder compte tenu de sa réalité et de ses valeurs.
Sensation générale	Joyeuse folie, étrangeté, besoin de comprendre.

Figure 4.6 Tableau des émotions vidéoludiques de l'expérience-joueur

Le dernier point qu'il faut aborder, concernant l'expérience-joueur, apparaît déjà dans les émotions fictionnelles proposées, dans le travail des émotions spécifiquement vidéoludiques. L'objectif est plutôt de provoquer une prise de conscience que de développer une forme d'addiction en stimulant la dimension d'activité du joueur. Si ce parti pris peut sembler paradoxal, il apparaît généralement choisi lorsqu'une œuvre développe un message fort capable d'entraîner une prise de conscience chez son spectateur. Qu'il s'agisse d'un livre, d'une peinture, ou d'un film, il n'est pas toujours souhaité de revenir lire, contempler ou regarder l'œuvre qui provoque une forme de révélation par la réflexion. La dureté des images et du message sont souvent un facteur qui ne pousse pas à l'addiction envers une œuvre mais plutôt à la révolter. Son intérêt ne consiste que dans son existence et son unique mise à l'épreuve. La trace²⁰ est si forte, qu'elle marque le souvenir de l'œuvre. *L'Envers du Décor* travaille à ce sentiment, à cette réception de l'œuvre, plus qu'à une revisite du jeu ou à la possibilité de rejouer des heures et des heures. Il n'est pas question de créer une œuvre subversive ou choquante. Tous les efforts concentrés dans le *game design* ont pour intention de semer des graines dans l'esprit du joueur sous la forme de questions. Par conséquent, la trace que je projette et à laquelle je travaille, par la construction de ce jeu, est différente d'un

²⁰ Il est possible de rapprocher cette idée de trace de la *sémiosis* écartée par Frans Mayra dans le sens où elle se construit après coup dans une dimension d'interprétation. Cette notion n'est pas sans origine, on la retrouve par exemple dans le livre technique de Marc Albinet, *Concevoir un jeu vidéo*, op. cit., p. 48, qui pose la question « Que restera-t-il de votre jeu une fois que le joueur l'aura fini ? ». Le *game director* soulève l'absence de réflexion sur la trace dans la plupart des jeux vidéo par manque de considération d'outils narratifs. Cependant si la notion de trace et sa revendication semblent primordiales, l'auteur n'en parle qu'en termes de sensation. Celle-ci, aussi polymorphe soit-elle dans le panel d'émotions proposées, doit aussi pouvoir se construire sous la forme d'une réflexion ou d'une remise en question qui dure dans le temps.

ressenti que l'on pourrait retrouver dans l'industrie vidéoludique. Ici, pas de prouesse technique, pas de sentiment héroïque. La trace consiste en des connexions que le joueur va construire petit à petit entre les différentes actions du jeu. Cette compréhension progressive et totale de ce qui s'est joué par les mains du joueur est un point essentiel de ce qui survit à ce jeu.

L'expérience-joueur construite dans *L'Envers du Décor* traduit une certaine vision du jeu, qu'il faut mettre à l'épreuve. Elle s'oppose notamment à la vision qu'en a le distributeur Apple. Dans les *guidelines* proposés aux développeurs, Apple informe que toutes applications doivent se conformer à ses directives :

*We view Apps different than books or songs, which we do not curate. If you want to criticize a religion, write a book. If you want to describe sex, write a book or a song, or create a medical App. It can get complicated, but we have decided to not allow certain kinds of content in the App Store.*²¹

L'Apple Store censure toutes applications susceptibles d'exprimer un point de vue et de proposer une critique. Il en appelle, par exemple, à la responsabilité du développeur, ou du concepteur, de penser que des enfants téléchargent et jouent avec des applications. En regroupant ainsi dans la même catégorie la liberté d'expression et celle du contenu éventuellement pornographique, ce qui apparaît entre les lignes de cette censure montre bien que la politique Apple ne considère pas les jeux comme des moyens d'« expression »²² mais comme une production qui doit être utile ou divertissante. Elle soumet à censure toute orientation artistique des jeux vidéo. Quoi qu'en dise Apple, peut-on réellement considérer qu'un divertissement, peu importe sa forme, soit neutre de tout discours et n'ait d'autre fonction que le ludique ?

²¹ *App Store Review Guidelines*, disponible en ligne (consulté le 20.07.2015) à l'url suivant : <https://developer.apple.com/app-store/review/guidelines/>.

[Traduction] Nous voyons les applications différemment des livres ou des chansons, dont nous ne nous occupons pas. Si vous voulez critiquer une religion, écrivez un livre. Si voulez décrire quelque chose ayant trait à la sexualité écrivez un livre ou une chanson, ou bien créez une application médicale. Cela peut devenir compliqué, mais nous avons décidé de ne pas autoriser certains types de contenus dans l'App Store.

²² A ce sujet, Sébastien Genvo est l'un des premiers chercheurs en France à travailler sur un jeu vidéo expressif dans une dimension quasi-autobiographique. Son article « Comprendre et développer le potentiel expressif des jeux vidéo » paru chez *Hermès* « *Quand Communiquer c'est jouer* », La Revue, CNRS, numéro coordonné par J.P. LAFRANCE et N. OLIVIERI, met en relief le jeu vidéo comme un média qu'il faut analyser du point de vue des problématiques des concepteurs et qui peut aborder des thématiques matures et signifiantes.

2. Les jeux, symboliques ?

2.1 Expression du joueur ou espace de représentation idéologique ? Le cas du jeu libre

Supposer qu'un divertissement est neutre et ne présente pas de point de vue sur le monde est questionnable. Si, à l'intérieur d'un jeu, une signification propre peut apparaître entre les mains des joueurs, celle-ci est-elle véritablement la leur ou bien n'est-elle pas induite par la forme de l'objet ? Gilles Brougère, professeur en sciences de l'éducation à Paris XIII, propose lui aussi de considérer le jeu depuis la pratique du joueur – il parle plus particulièrement de l'enfant s'intéressant plus aux jouets comme les peluches, les poupées, ou les figurines. Gilles Brougère identifie avec précision les différents acteurs qui constituent ce qu'il appelle le « système-jouet »²³ et s'interroge également sur ce qui caractérise cet objet en laissant de côté la question des idéologies.

Pour interroger la neutralité du jeu, les outils proposés par Gilles Brougère sont essentiels. Dans *Jouets et Compagnies*, Gilles Brougère propose dans son introduction une série de questions qui permettent de comprendre le jouet. D'où vient-il ? Quel est le système de production et de diffusion du jouet ? Quelles significations porte-t-il et quelles cultures exprime-t-il ? Il souligne que cette culture n'est pas toujours identifiée par les concepteurs qui véhiculent des allants de soi autour du jeu et du jouet. Quels sont les enjeux commerciaux, familiaux, éducatifs ? Quels sens donne l'enfant au jouet et comment se l'approprié-t-il ? Ici, en opérant un détour par le jouet, l'objectif est de mettre en lumière l'absence de considération du sens et de la symbolique du jeu. Dans un premier temps, le jouet permet d'aborder le jeu sous sa forme libre et d'éviter de ne se concentrer que sur les jeux réglés. Les questions soulevées par Gilles Brougère permettent d'identifier les différents acteurs qui construisent le jouet à savoir : les concepteurs, les fabricants et les distributeurs, mais aussi l'enfant. Gilles Brougère fait à quelques reprises référence à la culture et aux significations qui sont portées par les jouets, cependant, celles-ci ne font pas état d'un travail approfondi au profit d'une écoute du joueur et de l'objet décrypté seulement en « surface ». Gilles Brougère ne s'intéresse pas aux desseins enfouis dans ces objets ludiques, mais à la manière dont les enfants les perçoivent. Ainsi, le jouet, pour lui, n'est pas « simple support de

²³ G. BROUGERE, *Jouets et Compagnies*, Paris, Un ordre d'idées, 2003, p. 42.

représentation »²⁴ mais une pratique de laquelle découle le ludique. Pourtant Gilles Brougère, entre les lignes de sa recherche, apporte des pistes fortes pour faire avancer la réflexion autour de cette vision du jeu. En effet selon lui, des représentations apparaissent dans les jouets et sont conditionnées par la manipulation imaginée qu'en fait le joueur. Autrement dit, elles sont transformées en fonction de la pratique projetée par le concepteur sur le jouet²⁵. Cette projection est, d'ailleurs, elle-même, à questionner puisqu'elle est susceptible de remettre en question l'expression de l'enfant par le jouet qui, selon Gilles Brougère, est expression du monde.

L'enfant décode les affordances de l'objet qui le conduisent à agir (prendre dans ses bras une poupée, caresser un ours, faire rouler une auto, se mettre sous le toit de la maison. [...])
Le jouet produit, dans ce tissage complexe entre images et actions inscrites, un réseau de signification pour l'action.²⁶

La valeur expressive première du jeu n'est là que pour stimuler l'action, qui, elle seule, compte, car c'est par elle que le joueur va s'exprimer. Gilles Brougère admet également que le jeu n'est pas « culturellement pur »²⁷ et que le concepteur s'inspire nécessairement de « référents réels »²⁸ qu'il injecte dans le jouet. Cependant, ni Barbie, ni GI Joe, n'évoquent chez l'auteur le besoin de pousser l'analyse de ces référents réels qui conditionnent les représentations de l'objet.

Il est possible qu'il faille ici insister et redéfinir les représentations qui habitent les jeux et les jouets. En effet, pour Gilles Brougère les représentations sont essentiellement visuelles, esthétiques, elles peuvent aussi agir sur la forme architecturale comme dans le cas de la maison de poupée. Mais les représentations ne se véhiculent-elles pas aussi dans la manière d'appréhender l'objet ? Il est nécessaire ici de rouvrir la dimension esthétique des jeux qui comme les arts du poète, dans *La Poétique* d'Aristote, retranscrivent une *mimesis*, une imitation du monde. Si la question du beau n'est pas ouverte dans cette thèse – trop éloignée des problématiques épistémologiques soulevées – celle de la connaissance apportée par la forme esthétique, elle, paraît tout à fait pertinente. D'après Aristote, l'imitation est un principe premier de connaissance. Le poète par sa représentation permet une connaissance

²⁴ *Ibid.* p. 54.

²⁵ *Ibid.* p. 56.

²⁶ *Ibid.* p. 80.

²⁷ *Ibid.* p. 404.

²⁸ *Ibid.* p. 85.

générale philosophique du monde²⁹. Dans le cas de la tragédie par exemple, l'agencement d'éléments comme les personnages, la narration ou encore le langage participent à la construction d'émotions esthétiques signifiantes³⁰. Ainsi, l'acte de *mimesis* dans le cas des jeux vidéo ne saurait passer que par l'aspect visuel mais aussi par le *design* de la forme de l'objet qui entraîne une pratique d'imitation du monde. Celle-ci trouve une occurrence certaine dans la notion d'« affordance » mise en exergue de Gilles Brougère, développée par James G. Gibson, dans *Theory of Affordances* en 1977 puis dans *L'approche écologique de la perception visuelle*³¹. Gilles Brougère en traite brièvement à un niveau d'action fonctionnelle – la caresse de la peluche – qu'il détache d'une dimension symbolique. Une affordance³² est la capacité d'un objet à suggérer sa propre utilisation : l'anse de la tasse suggère comment elle doit être tenue, la poignée de la porte comment elle doit être ouverte. Le *design* de l'objet va induire une action chez l'utilisateur. Une relation va se créer entre l'environnement qui va être jonché de signes que l'utilisateur va percevoir et activer. Si les objets poussent à certaines actions, où se trouve le sens et qui s'exprime ? N'y a-t-il pas une perpétuation d'idées préconçues qui vont conditionner la pratique du joueur ? Même dans le jeu libre, par le moyen du jouet, il est difficile de penser que le joueur n'incorpore pas au contact de l'objet une logique qui ne lui est pas propre mais qui est transmise par l'objet et par l'environnement *marketing* qui l'entoure. Ainsi, l'affordance peut être considérée comme une règle puisqu'elle implique une contrainte, implicite, pour son utilisateur. Cette règle traduit elle-même une représentation du monde pouvant aller de la fonctionnalité qui semble neutre jusqu'à être un vecteur confirmé d'idéologies.

Pour illustrer cette problématique et tenter d'y répondre, l'exemple de la maison de poupée paraît particulièrement pertinent. Mary Flanagan, artiste et directrice de laboratoire Tilt Factor, placée à la tête de la chaire inaugurale de *Sherman Fairchild* des Humanités à l'Université de Dartmouth, propose dans son livre *Critical Play, Radical Game design*, une analyse de la maison de poupée comme l'un des objets les plus représentatifs de la bourgeoisie du 18^e siècle. La représentation de cet espace domestique en fait un espace de moralisation où les valeurs traditionnelles de la famille, mais aussi des hiérarchies sociales, se

²⁹ ARISTOTE, *Poétique*, VI, 1451b, traduction Michel Magnien, Les Belles Lettres, Librairie Générale Française, 1990, p. 98.

³⁰ *Ibid.* VI, 1449b, pp. 92-93.

³¹ J.J. GIBSON, *Approche Écologique de la perception visuelle*, traduction Olivier Putois, Editions Dehors, 2004, p. 211.

³² La notion d'affordance est traduite par le nom « invite » par Olivier Putois.

reflètent dans chacune des pièces de la maison et des poupées. Cet objet est éducatif et idéologique par l'incorporation de normes qu'il propose aux enfants³³. Cependant, Mary Flanagan remarque que la maison de poupée est un espace suffisamment libre³⁴ pour permettre au joueur un nouveau jeu, qu'elle qualifie de pratique ludique critique³⁵ (*critical play*), puisque celui-ci est suffisamment distancié pour trouver sa propre expression. Remise en question ou rupture avec les conventions sociales, la maison de poupée permet aussi une émancipation du joueur. Cet exemple permet de réconcilier l'analyse précédente dans une portée totale : celle-ci ne peut s'extraire de la pratique du joueur, mais elle ne peut certainement pas faire l'impasse sur la dimension idéologique qui habite les jeux et les jouets. Si dans le cadre des jouets, celle-ci passe par les représentations tant visuelles que gestuelles³⁶ et pratiques, les joueurs possèdent une distance suffisante à leur objet pour s'extraire des carcans imposés. Que se passe-t-il dans le cadre de jeux moins libres ? Se peut-il que l'idéologie soit plus facilement incorporée et moins soumise à un questionnement par l'acceptation et le respect des règles du jeu proposées ? Pour voir comment les jeux réglés se font les supports actifs des idéologies dominantes, ce sont les jeux de parcours qui sont ci-dessous exposés.

2.2 Les jeux de parcours

L'analyse se porte maintenant sur les jeux de parcours, depuis les jeux de table, aux jeux de société, puis au parc d'attractions. Les jeux vidéo³⁷ héritent de ces mises en scène spatiale dans lesquelles le joueur peut évoluer. Les représentations sont ici examinées tant du point de vue des formes sculptées et visuelles que des règles du jeu qui constituent elles aussi un véhicule de sens et de symbolique.

³³ M. FLANAGAN, *Critical Play, Radical Game design*, Cambridge, MIT Press, 2009, pp. 29-30.

³⁴ *Ibid.* p. 31.

³⁵ L'étude de la pratique ludique critique est reprise dans le chapitre 6, p. 323.

³⁶ La question du geste n'est pas abordée dans cette thèse. Cependant, l'idée d'une pratique ludique engage la question du corps du joueur qui est convoqué au même titre que son intellect. Ainsi le joueur incorpore des pratiques, des actions et des représentations pouvant se faire le vecteur de valeurs idéologiques. Cf. sur cette question Valérie Arrault, conférence « Approche critique et Artgame », actes en ligne du colloque Artgame, *Montpellier In Game*, 2013, et Emmanuelle Jacques, Claire Siegel, conférence « La jouabilité postmoderne des interfaces gestuelles », *Montpellier In Game*, 2014.

³⁷ Les jeux vidéo font l'objet d'une analyse spécifique au chapitre 5.

La table est l'une des premières aires de jeu. Selon Jean-Marie Lhôte, dans son essai *Le Symbolisme des jeux*, celle-ci est comme toute autre « une image du monde »³⁸. Faire varier sa taille permet de donner un rapport d'échelle de l'homme au monde : maître du monde lorsqu'il la domine, mais à l'inverse soumis à sa puissance lorsque celle-ci le contient, comme dans le cas du sport. La forme du terrain de jeu, rond ou carré, est aussi révélatrice : le joueur est soit pris dans le vertige labyrinthique de la roue cosmique du mouvement infini, soit dans l'ordre, la règle et la rigueur³⁹. Jean-Marie Lhôte rapproche les jeux de table des jeux de parcours, comme les jeux de course, puis des jeux de cours de récréation comme la marelle, aux jeux plus modernes comme les jeux de plateaux dont le premier exemple est celui du jeu de l'oie. L'essai de Jean-Marie Lhôte travaille à faire apparaître les points communs entre les jeux et à montrer une évolution de leurs formes et de leurs symboliques. Chargés de connotations religieuses, les jeux sont avant tout l'expression d'un rapport spirituel au monde et à la vie. Par exemple, le damier du Senet de l'Égypte Antique porte des valeurs culturelles hautement religieuses, alors que le damier de la partie d'échecs entre Garry Kasparov et Deep Blue – superordinateur développé par IBM en 1990 – laisse place au symbole d'une « société du progrès », du calcul et du rationnel dont la technologie et l'intelligence artificielle sont les formes symptomatiques.

A ce sujet, les échecs sont un exemple explicite d'une réappropriation du jeu par son époque. Leur reconfiguration est particulièrement illustrative de la récupération idéologique de ce jeu venu d'Orient. Michel Pastoureau, historien médiéviste, spécialiste de la symbolique des couleurs, propose une histoire des transformations de ce jeu, dans son livre *Le Jeu d'Echecs Médiéval*. Le jeu d'échecs va connaître un grand succès en France au Moyen-Âge, il est pourtant, à son arrivée, aux couleurs d'une culture orientale inconnue des couches sociales aristocratiques. Le jeu prend de passion les joueurs occidentaux. Son acceptation va donc passer par plusieurs étapes de restructuration : la structure du jeu doit changer, l'objectif final du jeu pose également problème et les figures des pièces d'échecs n'inspirent personne et sont parfois contraires aux bonnes mœurs. Ce sont donc tant les règles du jeu que les représentations visuelles qui vont se retrouver teintées de l'idéologie religieuse et monarchiste du 10^e au 16^e siècle.

³⁸ J-M. LHÔTE, *Le Symbolisme des jeux*, Paris, Berg-International, 2010, p. 28.

³⁹ *Ibid.* p. 29.

REPRESENTATIONS STRUCTURELLES	
Origine (orientale)	Acceptation (occidentale)
Le jeu d'échecs se joue avec un dé.	Suppression du dé ⁴⁰ : le hasard représente tout ce qu'il y a de plus condamnable aux yeux de l'Eglise. Le hasard va à l'encontre de la destinée divine. Il doit être transformé en réflexion.
La mise en échec du Roi.	Se familiariser avec les batailles ⁴¹ : la mise en échec du roi à la fin de la partie déconcerte l'Occident et met le jeu face à un décalage culturel. Il faut mettre le roi à mort, lorsqu'on l'a dépouillé. Trop proche d'une bataille, le jeu d'échecs ne ressemble pas suffisamment à la guerre selon les critères occidentaux. Il faudra plusieurs siècles pour que l'idée soit acceptée. C'est notamment la participation des Chrétiens à de nombreuses batailles au fil de l'histoire qui y contribuera.

Figure 4.7 Représentations structurelles du jeu d'échecs : origine et évolution

⁴⁰ M. PASTOUREAU, *Le Jeu d'échecs médiéval, une histoire symbolique*, Paris, Le Léopard d'or, 2012, p. 17.

⁴¹ *Ibid.* pp. 26-27.

REPRESENTATIONS VISUELLES	
Origine (orientale)	Acceptation (occidentale)
Les figures des pièces d'échecs	<p>Transformer les pièces d'échecs⁴² :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Lorsque les pions arrivent au bout du plateau ceux-ci se transformaient en « reines » mais le roi ne pouvait être vu entouré de plusieurs reines. Les pièces devinrent des « dames ». - L'éléphant d'origine se transforme en évêque. - La reine (ancien vizir) devient une pièce maîtresse au 15^e siècle, changeant ainsi aussi la structure du jeu : elle peut progresser d'autant de cases qu'elle le souhaite⁴³. Cette transformation est due au rôle politique important de la reine qui apparaît sous le règne d'Isabelle la Catholique en Espagne⁴⁴.
Le damier est monochrome, ou rouge et noir.	<p>Evolution de la symbolique des couleurs : si le damier était déjà utilisé pour des événements importants (habits des bouffons, sol des salles de palais, etc.), les couleurs du rouge et du noir utilisées sur les plateaux d'origine n'avaient aucune signification en Occident et furent remplacées par le rouge et le blanc, puis par le noir et le blanc⁴⁵ qui sont les deux pôles extrêmes de tous les systèmes de couleurs, selon la classification aristotélicienne qui se diffuse à la même époque. L'adoption d'un damier bichrome est due à la prépondérance antérieure de cette représentation visuelle dans le Moyen-Âge.⁴⁶</p>

Figure 4.8 Représentations visuelles du jeu d'échecs : origine et évolution

⁴² *Ibid.* pp. 28-30.

⁴³ *Ibid.* pp. 41-42.

⁴⁴ C. PEARCE, « Playing and designing with values through board game modification », in M. FLANAGAN, *Values at Play in Digital Games*, Cambridge, MIT Press, 2002, p. 184.

⁴⁵ *Ibid.* p. 32.

⁴⁶ *Ibid.* p. 34.

Les échecs manifestent clairement les préoccupations sociales, politiques et idéologiques du moment. Il en est de même dans le jeu de 54 cartes, arrivant en France au 17^e siècle, s'habillant aux couleurs du roi et de la reine.



Figure 4.9 Piquet de Charles VII, parfois nommé « Coursube », Lyon (?), début du XVI^e siècle, feuille de 10 figures (image tronquée) gravures sur bois coloriées au pochoir, BnF, Estampes, Kh 30 a Rés. Fol.

Les différentes utilisations des jeux de cartes permettent aussi une restructuration des règles en fonction des époques. La belotte, par exemple, ne contenant que 32 cartes, probablement héritière du jeu *Klaverjas* au 19^e siècle en Allemagne, ne fait son apparition qu'au début du 20^e siècle en France. Elle redéfinit dans les atouts l'ordre social, faisant du valet la figure la plus forte, après la révolution industrielle et le triomphe des classes bourgeoises. Au fil de l'histoire, les jeux ne vont cesser de se faire les représentants des mœurs en vigueur. Jeux de l'oie⁴⁷, cartes à jouer⁴⁸ et plateaux de jeu en tous genres vont s'habiller et se rhabiller en fonction des couleurs de l'époque, allant de la mise en valeur d'une idéologie à l'instrumentalisation du jeu dans une dimension propagandiste.

⁴⁷ Cf. Annexes, Figure A.2 Le jeu de l'oie de la mode, p. 489.

A titre d'exemple, il est possible de citer le jeu de l'oie de la mode (Londres, Robert Sayer, 1778, Eau forte coloriée, 50 x 70 cm, Paris, BnF, Arsenal, Est. 211 (52)), que l'on retrouve dans le catalogue d'exposition *Jeux de Princes, Jeux de Vilains* sous la direction d'Eve Netchine, Bibliothèque nationale de France, Seuil, 2009, pp. 94-95.

⁴⁸ Cf. Annexes, Figure A.3 Carte à jouer, Valet de Trèfle, 19^e siècle, p. 490.

Pour donner un exemple plus contemporain, le Monopoly est aussi illustratif dans ce domaine. Inspiré du jeu *The Landlord's Game* créé par Elizabeth Maggie en 1904, ce jeu connaît une transformation totale après la reprise de Charles Darrow en 1935. Jean-Marie Lhôte y voit la succession du jeu de l'oie, qu'il appelle aussi jeu de l'entendement⁴⁹. Si le jeu d'Elizabeth Maggie n'a pas trouvé d'éditeur, son jeu a finalement été racheté par Parker Brothers et a connu une nouvelle vie sous la forme du *Monopoly*. Il connaît alors un premier détournement vis-à-vis de sa symbolique première : il devient la mise en scène du monopole et de l'économie capitaliste. Jean-Marie Lhôte voit dans ce labyrinthe non-initiatique, l'enfermement rectangulaire d'un parcours aveugle qui ne mène nulle part⁵⁰. Mary Flanagan, quant à elle, retrace l'histoire des multiples détournements de ce jeu de plateaux venant s'habiller de nouvelles idéologies comme par exemple avec l'*Anti-Monopoly* de l'économiste Ralph Anspach qui cherche à révéler le côté sombre du monopole et à y opposer une vision plus libérale, celle de la libre-concurrence⁵¹. En 1978, le professeur Bertell Ollman à l'Université des sciences politiques de New-York, spécialiste du marxisme, détourne le *Monopoly* pour en proposer sa vision avec le jeu *Class Struggle*. L'objectif du jeu est de remporter la révolution. Au début de la partie, les joueurs ne choisissent pas leur classe sociale : travailleur, fermier, capitaliste, étudiant, professionnel ou dirigeant d'un petit commerce⁵². Les joueurs sont confrontés à des élections ou encore des grèves générales. Ce jeu met en scène les théories marxistes d'une manière jusqu'alors inédite.

L'origine des jeux de plateau est retracée en Asie par Mary Flanagan, notamment au Japon qui est l'un des premiers pays à en produire en quantité au 19^e siècle.

*That board games could arouse national passions, become sites for social critique, or provide platforms for religious instruction may seem surprising, but these uses were typical [...]. [...] commercially produced games of the period [19e siècle] provide a window on the values, hopes and beliefs of a country facing immigration, urbanization, and the rise of industry.*⁵³

⁴⁹ J-M LHÔTE, *op. cit.*, pp. 58-61. Selon l'auteur, le jeu de l'oie est une forme simplifiée de labyrinthe reprenant le mythe de Thésée et du Minotaure remplacé par une oie. L'oie, elle, est symbolique de l'oye, autrement dit de l'oreille, qui représente le labyrinthe et l'entendement.

⁵⁰ *Ibid.* p. 57.

⁵¹ Cf. Annexes, Figure A.4 Ralph Anspach, *extrait des règles du jeu de l'Anti-Monopoly*, 1973, p. 491.

⁵² Cf. Annexes, Figure A.5 Bertell Ollman, *Règles du jeu Class Struggle*, 1978, p. 492.

⁵³ M. FLANAGAN, *op. cit.* p. 77.

[Traduction] Que les jeux de société puissent susciter des passions nationales, devenir le lieu d'une critique sociale, ou fournir des plateformes pour l'instruction religieuse peut sembler surprenant, mais ces utilisations étaient typiques [...]. Les jeux produits commercialisés durant cette période [19^e siècle]

Si ces propos s'adressent avant tout au Japon, il est tout à fait possible de les généraliser pour comprendre les jeux plateau, et le jeu plus globalement. Par exemple, le *Monopoly* est une structure dont il est facile de s'emparer : il est une fenêtre sur l'esprit du temps qui le conçoit. Celui-ci est révélateur des préoccupations humaines, sociétales, politiques et économiques. Si l'on observe l'une des dernières versions du *Monopoly*, le *Monopoly Empire*, l'ensemble du plateau est recouvert par l'empire des marques. Les multinationales Coca-Cola, McDonald's, Electronics Art, Microsoft s'affrontent dans cet espace révélant les préoccupations de l'époque contemporaine, rejouant les combats de ces nouveaux titans « héroïques » venant remplacer les anciens, des mythes grecs et romains, enfermant le joueur dans le labyrinthe

d'un nouveau monstre, non plus celui du Minotaure, mais celui du Néolibéralisme.



Figure 4.10, Plateau de jeu du The LandLord's Game, Elizabeth Magie, 1924



Figure 4.11, Plateau de jeu du Monopoly Empire, variante du Monopoly créé par Charles Darrow, 1933, 2014

ouvrent une fenêtre sur les valeurs, les espérances, et les croyances d'un pays confronté à l'immigration, l'urbanisation et l'essor de l'industrie.

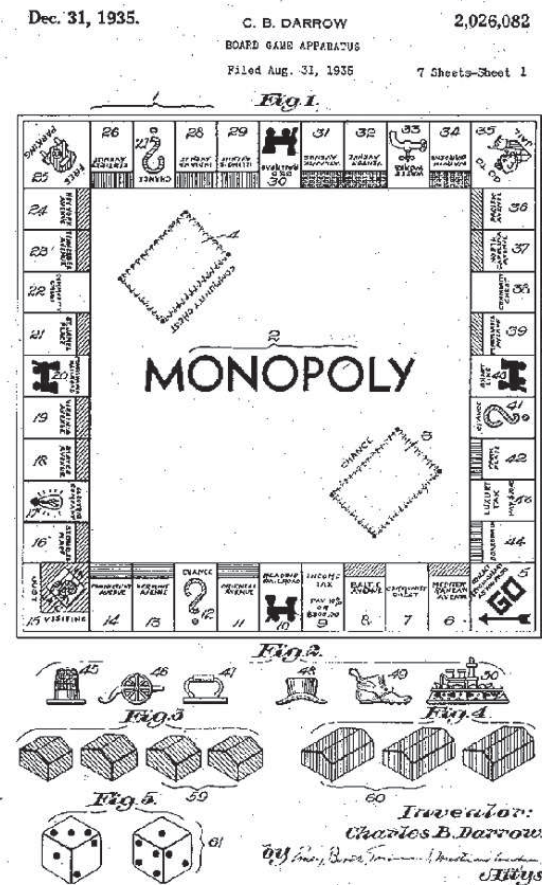
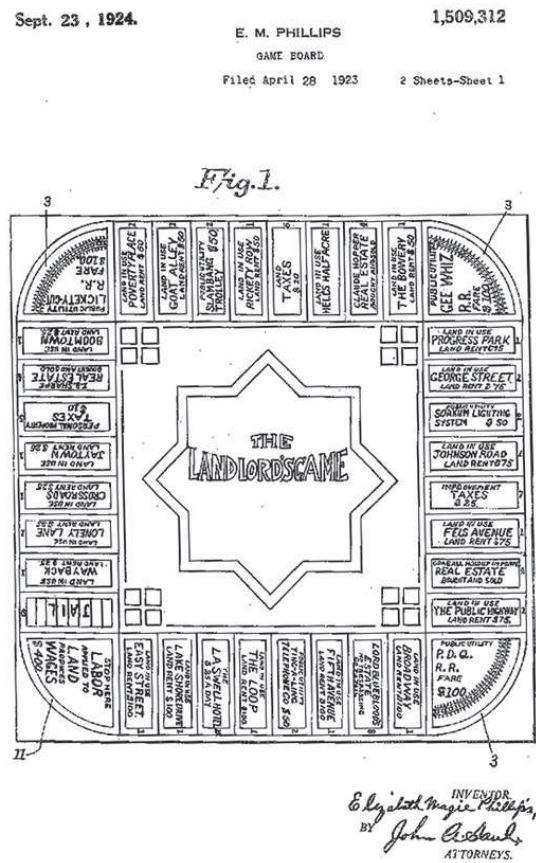
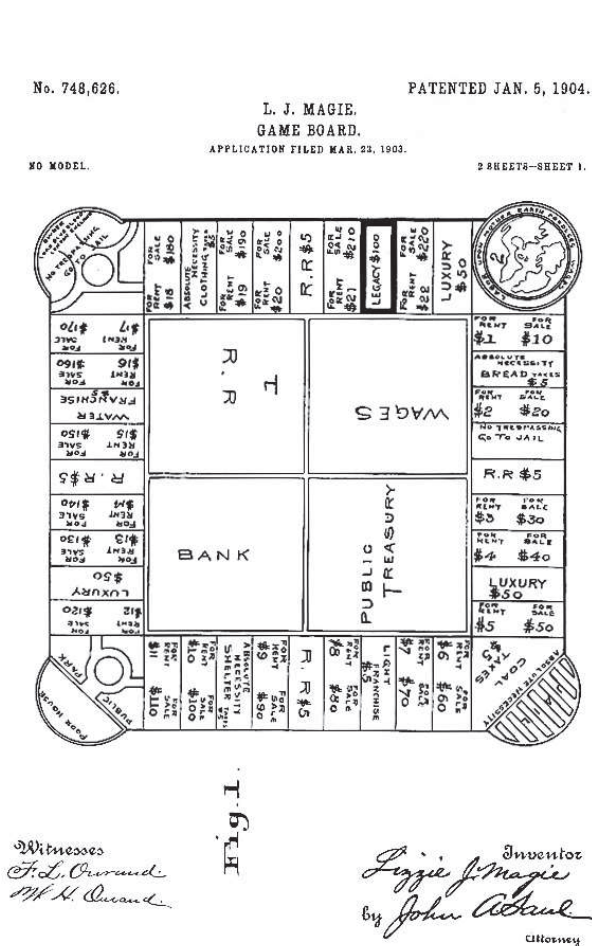


Figure 4.12 Brevets du jeu The LandLord's Game et son évolution vers le Monopoly

Si les jeux de parcours, aujourd'hui, s'incarnent dans les jeux vidéo, ils sont aussi agrégés à des parcs à thèmes, ces hauts temples du divertissement, qui se font également le « miroir » de la société contemporaine.

2.3 Les parcs d'attractions

Disneyland, emblème des parcs d'attractions, est un cas particulier. En effet, pour comprendre sa symbolique, il serait nécessaire de produire une analyse de ses différents films d'animation et de mener l'enquête sur les valeurs et les idéologies qui s'y manifestent⁵⁴. A la place, ce chapitre propose d'analyser un autre parc plus récent, d'un genre tout à fait nouveau et extrêmement révélateur des ambitions de la société contemporaine.

En juin 2015, Londres ouvre un nouveau concept de parc d'attractions de 7000 mètres carrés, au-dessus du centre commercial Mark's & Spencer, destiné aux enfants de 4 à 14 ans qui auraient envie de jouer à être adultes. Convoquant ainsi le *mimicry*, le faire-semblant, KidZania voit son dix-neuvième parc ouvrir. Après le Mexique, le Japon, l'Inde, les Emirats Arabes, la Thaïlande, l'Egypte, c'est enfin l'Europe qui accueille la marque. En payant 35 euros, les parents peuvent déposer leur enfant pour un voyage dans la vie d'adulte. La journée est organisée autour de différentes activités de 25 minutes permettant aux enfants d'essayer différents métiers. Dans ce monde, être adulte est synonyme de travail et surtout de salaire. En effet le concept de Kidzania tourne autour de la préparation des enfants à être de parfaits consommateurs. En recevant un capital de départ de la monnaie locale (« KidZos »), les enfants peuvent le dépenser en achetant les produits des plus grandes marques mondiales : Nike, Coca-Cola, McDonald's, Sony, American Airlines, Nestlé, Danone, Domino's Pizza, Wal-Mart, Mitsubishi Motors, Honda, HSBC, Kellogg's, H&M pour les principales.

⁵⁴ A ce sujet, le manifeste engagé Carole Crabbé et Isabelle Delforge, *Jouets de la mondialisation* (Ixelles, Oxfam Magasins du monde – Vista, 2002) traite de comment Disneyland (mais la plupart des fabriques de jouets et d'imaginaires pour enfant sont concernés) s'inscrivent dans des logiques néolibérales bafouant les droits du travail et des enfants pour la production de leur produit dérivé ou l'entretien de leur parc d'attractions. L'objectif est unique : s'enrichir. Le système est pervers et invisible selon le côté de la frontière où l'on se trouve : les enfants occidentaux avalent les films Walt Disney, jouent Disney, rêvent Disney, perpétuant les conditions d'exploitation et de production non civiques et humaines de pays émergents. La boucle est pernicieuse, puisque en ayant le monopole de la fabrique des imaginaires ludiques, c'est un ordre du monde immuable qui s'installe.



Figure 4.13 Rue du parc de KidZania de Dubaï où l'on peut apercevoir différentes marques dont Kellogg Company

Chacune de ces multinationales sont partenaires des parcs à thème KidZania et proposent ainsi des espaces de consommation mais aussi de labeur. Pour s'acheter des biens, il faut avoir de l'argent, pour avoir de l'argent il faut travailler. Les enfants se trouvent donc installés dans différents métiers : cuisinier chez McDonald's, vendeur chez H&M, dentiste, policier, pompier, ingénieur ou encore pilote d'avion pour American Airlines. Pour avoir un métier valorisant, le passage par la case « université » est nécessaire, encore faut-il pouvoir payer son ticket d'entrée dans les études.

2.4 De la vision du concepteur à celle des joueurs

Cette ville à échelle des enfants a été inventée par Xavier Lopez Ancóna, diplômé de l'école de *management* de Kellogg's dans l'Illinois et ancien vice-président des capitaux propres d'un groupe de la filiale General Electrics⁵⁵. Son objectif : redorer l'image du Mexique où a vu le jour le premier parc à thèmes, et « préparer » les enfants au monde de demain. La philosophie de la filiale est de reconnaître que chaque enfant est un adulte en puissance et que ce sont eux qui seront en charge dans un avenir proche. Ce monde de demain peut-être amélioré si l'on prend le temps d'éduquer, comme il le faut, ces adultes lilliputiens.

⁵⁵ J. WEBBER, « Lunch with the FT : Xavier Lopez Ancona », Financial Times, Août 2014, disponible en ligne (consulté le 12.07.2015) à l'url suivant : <http://www.ft.com/cms/s/2/1bc2e7f6-17e1-11e4-b842-00144feabdc0.html>.

L'hymne du parc s'intitule « Get Ready for a better world », un monde meilleur où les enfants apprennent à être productifs, gagner de l'argent et à le dépenser.

*The history of KidZania starts like all great stories start, with idealistic passion and an unwavering spirit stimulated by a communal desire to create something better. From a kid's perspective things were just not going as well as they could be: Governments operated inefficiently, societies were becoming inequitable, valuable resources were routinely squandered and values were seemingly more and more negotiable. It was the collective thinking in the imagining of something better by kids all over the world that led to its creation.*⁵⁶

Si l'histoire de KidZania affirme que ce monde est celui des enfants, il est possible d'en douter. S'agit-il véritablement du point de vue des enfants du monde entier qui se révèle à l'intérieur de ce parc ? Comme le montre l'étude de Gilles Brougère, *Jouets et Compagnies*, les jouets sont le reflet de la représentation que se font d'eux les parents, véhiculant à leur tour des imaginaires mélancoliques, qui leur ont été également transmis par les leurs. De la douceur du *Teddy Bear*, ou la « mignonneté » des *Bisounours*, KidZania montre une toute nouvelle figure des enfants et de leur place dans la société contemporaine. L'enfant apparaît comme la projection d'un adulte fonctionnel dans un monde décrit comme étant en « crise » : gouvernement absent, inégalités sociales, manque de processus efficaces de productivité, etc. Il doit être productif et autonome. Cette conception de l'enfant que l'on retrouve entre les murs de KidZania révèle encore une fois un monde réifié et marchand. KidZania représente-t-il vraiment le désir des enfants d'exister sous ces formes dans le monde ? Ou bien reflète-t-il plutôt l'esprit néolibéral de son concepteur ? L'un des marqueurs intéressants de ces parcs d'attractions concerne la gestion de l'argent – la banque et le salaire – qui est toujours confiée à des adultes, alors que les enfants ont plus de responsabilités dans les autres métiers. Qu'adviendrait-il si cette gestion était laissée aux enfants ? KidZania tournerait-il toujours autour des mêmes règles ?

⁵⁶ L'histoire de KidZania, disponible sur le site officiel du parc de Londres (consulté le 12.07.15), à l'URL suivant : http://london.kidzania.com/en-uk/about_kidzania/story.

[Traduction] L'histoire de KidZania débute comme toutes les grandes histoires, avec une passion idéaliste et un esprit résolu stimulé par le désir commun de créer quelque chose de meilleur. Du point de vue d'un enfant les choses ne vont pas aussi bien que ce qu'elles pourraient l'être. Les gouvernements opéraient de manière inefficace, les sociétés étaient en train de devenir inéquitables, les ressources précieuses sont continuellement gaspillées et les valeurs devenaient apparemment de plus en plus négociables. Ce fut l'effort de pensée collective d'enfants du monde entier pour imaginer quelque chose de mieux qui a mené à sa création.

Du côté des concepteurs du parc, mais aussi du système médiatique dans lequel il s'inscrit, il y a fort à parier que la préparation des enfants au monde de demain n'est pas innocente. Non seulement l'avenir de la société de consommation, ultra-libérale, est mis au cœur de ce « jeu », mais ses fabricants sont aussi de grandes multinationales cherchant à assurer leur sauvegarde auprès de ces futurs consommateurs habitués à leurs produits. Pourquoi ne pas avoir choisi des produits imaginaires ? Fantastiques ou bien traditionnels⁵⁷ ? KidZania le prédit : le monde de demain est comme celui d'aujourd'hui. Les mêmes géants se partageront le marché, pendant que ces futurs adultes les alimenteront. « *There is no alternative* »⁵⁸ (Il n'y a pas d'autres choix). De la même manière que la *gamification* traduit une volonté de fonctionnaliser les hommes, KidZania devient un moyen d'adapter les esprits des plus jeunes aux idéologies actuelles.

Les intentions dans ce parc d'attractions sont limpides et créent la polémique comme le soulève l'article « KidZania : the mini-city where children are in charge » de Stuart Jeffries, publié dans *The Guardian* en novembre 2014⁵⁹. KidZania s'affiche dans une perspective ouvertement idéologique, capitaliste et néolibérale. L'adoption des marques, absente de la plupart des discours des parents, constitue l'un des points les plus critiques de ce concept de parc à thèmes. « 7-12ans, c'est l'âge d'apprentissage des marques. » annonçait le Directeur de la régie publicitaire de Hachette Disney Presse⁶⁰. Cette tranche d'âge s'inscrit parfaitement dans la cible de KidZania mais aussi dans celle du *Monopoly Empire*⁶¹. Ce qui se déroule en sous-main dans les parcs KidZania, c'est un marché visant à assurer la survie de certaines multinationales dans l'avenir. KidZania offre une étude de marché silencieuse, financée par ses propres consommateurs, permettant d'observer leurs réponses aux produits, d'adapter son offre et surtout de conditionner leurs désirs. Ici pas d'autorité de la part des parents qui viendrait réguler la consommation des produits. Celle-ci est mise de côté. La surveillance parentale est confiée à un traqueur électronique sous la forme d'un bracelet qui permet aux accompagnants de retrouver l'enfant si besoin. Le contrôle, l'interdit, la règle ne sont pas ceux

⁵⁷ Par cette question, il n'est pas question de penser que l'imaginaire ou le fantastique ne traitent pas des valeurs culturelles dominantes. L'objectif est simplement de soulever l'imitation fidèle de ce parc à thèmes et son absence totale d'ouverture et d'esprit critique vis-à-vis des idéologies dominantes.

⁵⁸ Slogan politique souvent scandée par Margaret Thatcher lorsqu'elle était premier ministre du Royaume-Uni qui traduit que l'ordre mondial doit obligatoirement passer par le néolibéralisme.

⁵⁹ L'article a été repris et a fait l'objet d'une publication dans Courrier International « Enfants. KidZania, parc pédagogique ou marketing extrême ? », disponible en ligne (consulté le 12.07.15) à l'url suivant : <http://www.courrierinternational.com/article/2014/11/02/kidzania-parc-pedagogique-ou-marketing-extreme>.

⁶⁰ C. Crabbé, I. Delforge, *Jouets de la mondialisation*, Ixelles, Oxfam Magasins du monde – Vista, 2002, p. 45

⁶¹ Le *Monopoly* peut se jouer à partir de 8 ans mais n'a pas de limite d'âge.

des parents mais de l'argent. Le message se situe sur ce point névralgique du libéralisme : avec de l'argent l'enfant est « libre » de faire ce qui lui plaît et de répondre aux séductions colorées de ces multinationales. Enfin, s'il ne fait pas de doute que les plus jeunes puissent se réapproprier et apprécier le fait de jouer au pompier, au marchand ou au pilote d'avion, ces métiers sont déjà un pré conditionnement face à des normes mais aussi des classes sociales et des genres. La vidéo de présentation ne manque pas de montrer de jeunes garçons : pompier, policier, pilote d'avion. Et de jeunes filles : vendeuse dans des boutiques de vêtements, hôtesse de l'air, ou équipière chez McDonalds.

Ainsi, les jeux se font les véhicules des représentations de l'esprit du temps dominant qui les conçoit ou se prend de passion pour eux.

On dit parfois que les jeux précipitent – au sens chimique du terme – l'air du temps ou qu'ils forment un miroir de la société qui les pratique. Plus que cela, ils sont avant tout une mémoire. Mémoire et miroir, les jeux sont reçus d'une certaine façon par l'opinion, réception qui n'est pas étrangère à leur statut dans la société.⁶²

A travers eux, c'est le reflet de valeurs, de conventions, de mœurs qui se révèlent. Les jeux sont des allégories qui participent d'une pensée historique, d'une mémoire, mais aussi du présent. A chaque époque, ses jeux. Ceux-ci sont révélateurs de personnalités, d'ambitions, et des problématiques philosophiques qui parcourent l'humanité. Il n'existe pas de jeu comme une essence qui serait déconnectée des valeurs d'une époque. Les jeux évoluent en fonction de leur époque, changent de forme, de règles ou d'images. Les jeux possèdent une fonction culturelle et politique : les deux grandes institutions qui ont régi ou régissent la vie humaine. Les deux exemples contemporains explorés, KidZania et le *Monopoly Empire* retranscrivent l'esprit du temps néolibéral, celui d'un monde du calcul où le hasard intervient mais où le joueur n'est pas libre. Si les jeux réglés, notamment les jeux de plateaux dont l'évolution a été brièvement retracée du Senet au parc d'attractions⁶³, semblent être plus facilement instrumentalisés, les jeux libres ne sont pas pour autant des formes « pures » du jeu. En effet, quelle que soit la forme du jeu, l'esprit du temps le conditionne toujours, ainsi que la pratique ludique associée. Ce conditionnement passe tant par des représentations visuelles que

⁶² J-M. MEHL, « Les jeux au Moyen-Âge », *Jeux de Princes, Jeux de Vilains*, catalogue d'exposition sous la direction d'Eve Netchine, BnF, Seuil, 2009, p. 22.

⁶³ KidZania est dans ce chapitre considéré comme un jeu de plateau réglé dont le hasard aurait été totalement remplacé par l'argent. En effet plutôt que de tirer aux dés son prochain déplacement, l'enfant peut le prédire en amassant suffisamment d'argent pour atterrir sur la « case » qui l'intéresse. La case est ici une métaphore de l'activité qu'il souhaite effectuer.

structurelles. Il est aussi ancré dans les matériaux et les techniques utilisées comme l'analyse Jean-Marie Lhôte. En prenant l'exemple des soldats de plomb⁶⁴, l'écrivain retrace comment ces jouets à la mode au 19^e siècle représentaient le prestige des défillements des régiments et rappelaient, à la mémoire, la guerre comme un culte religieux. Selon lui, aujourd'hui, celle-ci se cache suite aux atrocités des deux grandes guerres. Les soldats se camouflent en des figurines terreuses et verdâtres. La figurine du soldat de plomb n'est plus prisée par les enfants. Celle-ci a connu des transformations considérables pour être remplacée par les *Playmobil* substituant dans l'imaginaire des enfants l'univers militaire à celui de la vie plus civile⁶⁵. La matière des jouets, elle aussi symbolique, passe alors du plomb – mais aussi du bois pour les jouets traditionnels– au plastique, mettant un peu plus à distance l'enfant de matières naturelles pour un univers de plus en plus artificiel et aseptisé⁶⁶.



Figure 4.14 Soldats de plomb polychrome, Première Guerre Mondiale, France, 20^e siècle

Figure 4.15 Soldats en plastique

Figure 4.16 et 4.17 Playmobil, créé par Geobra Brandstätter en 1974

KidZania, pouvant à la fois être rangé du côté des jeux libres et du côté des jeux réglés de parcours, offre aussi une symbolique forte sur la société contemporaine. Ce miroir reflète

⁶⁴ J-M. LHÔTE, *op. cit.*, p. 182.

⁶⁵ L'analyse de Jean-Marie Lhôte rencontre aujourd'hui un obstacle au vue de la diversification des thématiques Playmobil qui comptent parmi elles des références militaires, antiques, médiévales, modernes. Cependant, l'analyse reste pertinente face au développement de thématiques civiles, mais aussi fantaisistes, venant largement réorienter ces figurines et édulcorer toutes formes de violence. Les récits des enfants se resserrent autour d'anecdotes quotidiennes, parfois épiques, mais ne constituent plus un culte aux champs de batailles et aux stratégies d'ordre militaire.

⁶⁶ *Ibid.* pp. 182-184.

le terrain d'expérimentation néolibéral. L'espace de KidZania, sous ses allures de jeux libres, est un espace fermé, rigide, organisé au millimètre, pour offrir l'illusion d'un jeu de rôle aux enfants. Sous le masque du jeu, se révèle une conception du monde bien particulière qui est inculquée dès le plus jeune âge et qui se colle sur les reliefs des bâtiments aux matériaux « carton-pâte ». Les jeunes joueurs sont encerclés dans cette prison néolibérale qui ne fait que reproduire avec des couleurs plus vives et à une échelle adaptée aux enfants, le monde qui se trouve à l'extérieur de ces 7000 mètres carrés.

Une ville décor

Ce parc à thèmes contemporain révèle un avenir sans imaginaire et s'inscrit d'ores et déjà dans les jeux de la *gamification*, où, sous les allures d'un jeu de rôle, se déploient des logiques économiques de productivité : voilà un exemple de *serious game* de formation « métier » avant l'heure pour ces futurs consommateurs. Aborder l'exemple de KidZania n'est pas anodin dans ma démarche. En effet, la proximité de la technique utilisée pour construire mon projet avec celle des parcs à thèmes trouve ici à nouveau sa cohérence. L'exemple de KidZania conforte l'idée de créer une ville imaginaire qui serait chargée des représentations de la *gamification* pour mettre en scène les tensions politiques qui s'y jouent. La construction de l'espace et la narration environnementale prennent place, dans mon projet de jeu, à l'intérieur des carcans d'une ville fermée, une ville fictive, à la manière d'un décor de cinéma et de parcs d'attractions. Ainsi, c'est la superficialité que l'on retrouve et qui fait écho à la construction des PNJ déjà évoquée. Comment manifester cette superficialité dans un univers en 3D qui lui évoque la profondeur et des perspectives ? Ma proposition est de confronter le joueur à un monde plat. Pas complètement plat puisque l'objectif est dans un premier temps de créer l'illusion d'une ville fonctionnelle. Dans un second, c'est par contre cette surface qui doit apparaître au joueur. A l'image du culte du simulacre, « cette caractéristique formelle suprême du néolibéralisme »⁶⁷ selon Fredric Jameson, la ville proposée est construite à partir de façades. Fredric Jameson prend pour exemple l'immeuble du Wells Fargo Court des architectes Skidmore, Owings & Merrill à Los Angeles (cf. *figure, 4.18*). Selon l'angle de vue du promeneur, l'immeuble apparaît comme une façade plate, sans profondeur, un plan dont l'équilibre vertical crée un vertige. Si derrière ce bâtiment on peut découvrir un volume caché,

⁶⁷ F. JAMESON, *Le Postmodernisme*, op. cit., p. 45.

les représentations de la société du jeu total n'en possèdent pas d'autres. Dans *L'Envers du Décor*, chacune des façades est un plan sur lequel sont apposés des éléments (*props*) permettant de créer l'illusion d'un bâtiment réel – dans le cadre fictif du jeu. La cohérence de la ville est assurée en surface. Cependant, derrière ces façades, il n'y a que des échafaudages. Ce « façadisme »,⁶⁸ mis en scène, est inspiré des procédés d'Hollywood. Traité lors de l'exposition Dreamlands, le « façadisme » se répand dans le monde et traduit une séparation entre l'utilitarisme et l'expérience que l'on cherche à véhiculer. C'est l'image et le viscéral qui se manifestent jusque dans les configurations architecturales, et c'est dans la surface et ses formes que se révèlent un monde sans profondeur.



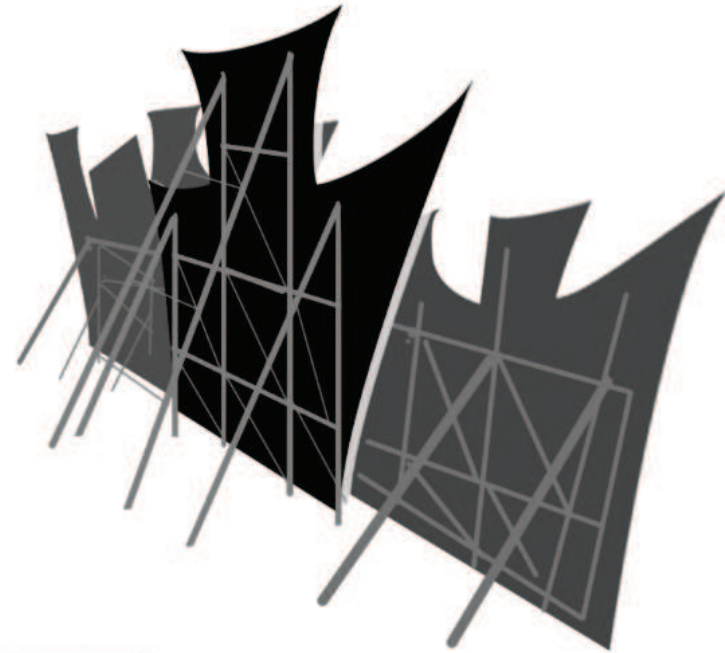
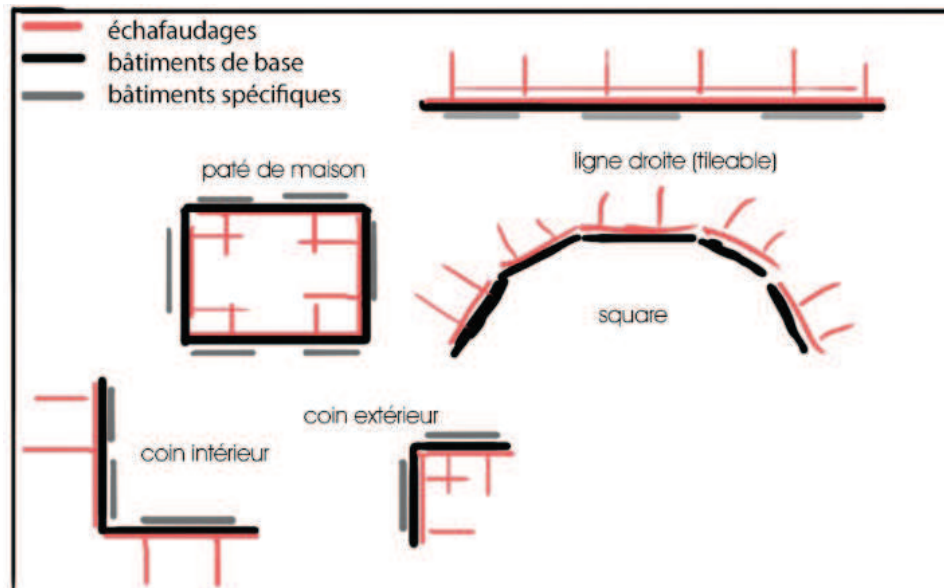
Figure 4.18 En haut à droite,
photographie Wells Fargo Court
par Wayne Lorentz



Figure 4.19, En haut à gauche,
photographie du Flat Iron à
New-York au début du 20^e
siècle

Figure 4.20 A gauche; Diane
Arbus, *A House on a Hill*,
Hollywood, 1963

⁶⁸ Dreamlands, *Des parcs d'attractions aux cités du futur*, L'exposition, Paris, Centre Pompidou, 2010, p. 38.



TEXTURES FACADES

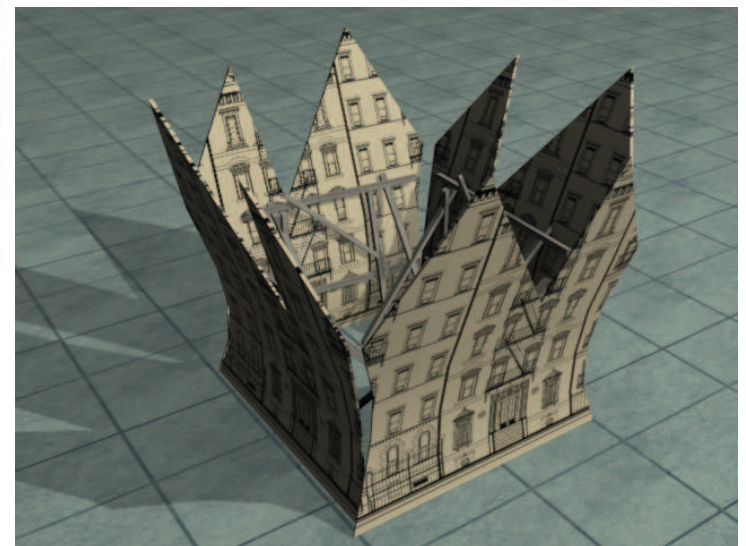
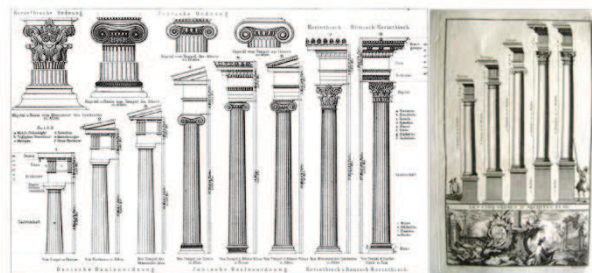


Figure 4.21 Recherche graphique et construction des
façades, Vincent Aubry, Claire Siegel



Figure 4.22 Capture d'écran des façades et de leur construction

Pour recréer ce discours dans l'espace du jeu, le premier travail en 3D consiste en la modélisation des façades sous la forme de plans en 2D. En leur apposant une texture reproduisant la structure d'un immeuble, une première ébauche de la façade est créée. Pour cela, dans le premier quartier qui représente le quartier des affaires, le style de la texture choisi est néoclassique où s'illustre l'image du pouvoir. Les textures utilisées ont pour base un matériau papier qui donne un grain dessiné et accentue le côté artificiel de la ville. Le papier et le carton sont volontairement utilisés pour créer un sentiment de faux-semblant, perceptible dans les parcs d'attractions et dans les décors de cinéma. Ces deux matières viennent compenser le fait que le joueur ne puisse explorer ce décor dans une dimension plus tangible. Une exploration physique lui donnerait rapidement une idée de l'environnement dans lequel il se trouve. La texture est un indice pour le joueur qui ne se révèle qu'en assemblant les différents éléments narratifs et environnementaux du jeu. Elle participe d'une symbolique du matériau telle qu'exposée précédemment, d'après l'analyse de Jean-Marie Lhôte sur les soldats de plomb et les *Playmobil*. La texture papier utilisée est ainsi tant l'expression du caractère fictionnel qu'historique, puisque c'est sur cette matière antique que s'écrit l'histoire de la société du jeu total, à l'heure de la dématérialisation. L'utilisation de ce matériau traduit alors aussi une considération de la portée discursive, dialectique et critique de ce médium vidéoludique, aussi puissant que le papier sur lequel le texte s'appose, dont il est question dans le chapitre 5.

Cette réutilisation postmoderne du style néoclassique est accentuée par l'utilisation d'éléments en relief permettant de donner du volume aux bâtiments. Ces *props* (accessoires) sont des fenêtres, des colonnes, des bordures ou encore des portiques (Cf. figures 4.20 et 4.21). Les façades sont ainsi modulables et personnalisables en fonction des quartiers que le joueur peut visiter. L'arrière des bâtiments est agrémenté d'échafaudages pour retrouver l'effet décor de cinéma. Le joueur, quant à lui, est enfermé dans la boîte de cette ville fictive dont l'objectif final, dissimulé, est de trouver une alternative à cette idéologie de la société du jeu total en réveillant les ambitions utopiques du joueur⁶⁹. Celui-ci est plongé dans une ville fantôme où il n'existe aucune habitation réelle. Les PNJ sont d'ailleurs dotés d'une intelligence artificielle très pauvre leur permettant de circuler d'après des coordonnées définies au préalable. Tout l'univers proposé n'est qu'une mise en scène, à l'intérieur du jeu. Pour expliciter ce procédé, de la ville artificielle, un autre exemple que KidZania me paraît particulièrement pertinent. Il

⁶⁹ Cf. chapitre 8, p. 419.

s'agit du film *The Truman Show* de Peter Weir (réalisation) et Andrew Nicol (scénario) sorti en 1998. Truman Burbank vit dans une ville tranquille une existence banale, à l'exception que celle-ci est visible par des millions de spectateurs au quotidien. La vie de Truman est une émission de Télé-réalité, mais pour plus d'authenticité, Truman ne le sait pas. En grandissant Truman commence à relever de nombreuses anomalies dans son quotidien : figurant reconnu, spot de lumière qui tombe du ciel, faux ascenseurs qui révèlent l'équipe de tournage de l'émission, slogans publicitaires récités par ses proches, etc.

Dans *L'Envers du Décor*, le joueur est enfermé dans cette ville artificielle, à la manière du « Truman Show ». Si le thème de la télé-réalité n'est pas évoqué dans le premier niveau, il l'est dans le deuxième, permettant de faire quelques clins d'œil explicites au film par l'utilisation d'espaces évocateurs. Le thème du « réalisateur », sorte de dieu tout puissant dans le film, est par contre, lui, mis en scène par sa proximité avec le « Maître du jeu » déjà abordé au chapitre 2. Celui-ci s'incarne dans la figure du Maître Hasard dans le premier quartier.

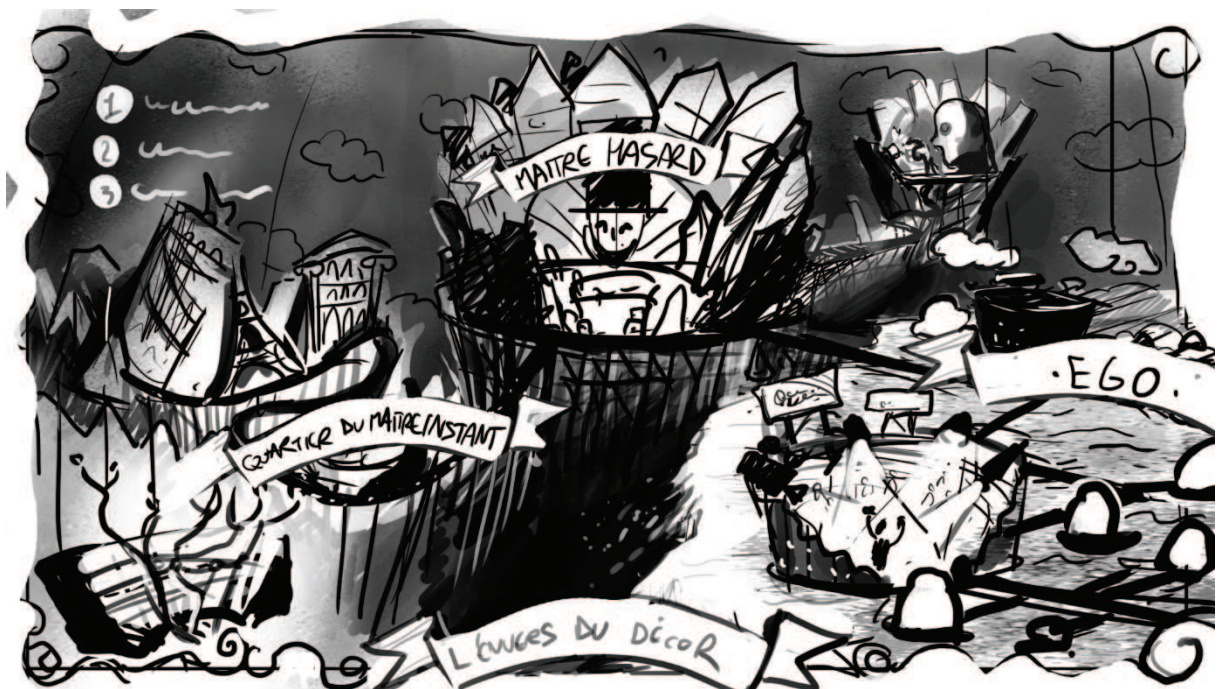


Figure 4.23 Vincent Aubry,
croquis du plan de la ville,
réalisé par Vincent Aubry



Figure 4.24 Vincent Aubry, plan de la ville

L'artificialité de la société du jeu total est un message qui se retrouve tant dans le *design* architectural des niveaux que dans la réduction du cerveau humain aux réactions behavioristes étudiées au chapitre précédent dans le cadre de la *gamification*. Le jeu proposé crée un espace au sein duquel je peux travailler ces représentations, les manipuler, les agencer ou encore les détourner pour faire apparaître le message que je souhaite transmettre à mon joueur. Comme pour KidZania, il est primordial de comprendre comment se déploient les représentations dans mon jeu. En effet, si l'architecture produit les formes discursives⁷⁰ capables de poser un contexte ambigu, elle ne peut être le seul élément – bien qu'elle y participe activement – porteur de représentation compte tenu de la spécificité des jeux. Le sens et la symbolique passent également par les autres représentations visuelles et surtout les représentations structurelles qui attendent l'activation du joueur. Pour cela, il faut interroger comment les jeux vidéo inscrivent dans leurs mécaniques les valeurs de l'esprit du temps de la société contemporaine. Si la « bavardise du jouet » passe pour Gilles Brougère essentiellement dans la réappropriation de l'objet par les enfants, celle-ci est aussi révélatrice de son concepteur, qui n'est jamais « culturellement pur ». Ce sont dans ses créations que vont s'inscrire sa propre représentation du monde, elle-même soumise aux idéologies ambiantes.

⁷⁰ Ce point, ici, brièvement abordé, est repris au chapitre 8 entièrement consacré à la construction de l'espace de jeu. Les premières considérations de ce chapitre sont encore générales. Leur but est de donner à penser l'ambiance globale du jeu et d'évoquer des choix de charte graphique.

Chapitre 5

Le game designer comme sujet culturel

Des mécaniques de gameplay aux idéologèmes

Questionner le travail de création du *game designer* est primordial pour comprendre en quoi et comment les jeux vidéo sont des espaces de représentations. A travers lui, plusieurs problèmes sont abordés, dont le plus fondamental concerne la portée idéologique des jeux vidéo. Le concepteur et ses méthodes traduisent une ontologie du jeu. Divertissants, éducatifs, les jeux sont similaires à des « Appareils Idéologiques d'Etat ». La règle peut, en effet, devenir le porte-parole d'un discours et faire écho au conditionnement d'une pratique ludique reflétant, et inculquant les ambitions des politiques dominantes. Pourtant, en dépit de cette analyse, c'est aussi dans cette même règle et cette possibilité discursive des jeux vidéo, que ceux-ci trouvent leurs conditions d'émancipation. En prenant appui sur la méthodologie sociocritique, l'intérêt scientifique est de questionner les jeux vidéo, dans ce chapitre, comme on étudie des textes à l'intérieur desquels se manifeste toujours, volontairement ou entre ses lignes, le concepteur pris dans une totalité. Quels concepteurs font les jeux vidéo et quelles rhétoriques mettent-ils en œuvre à l'intérieur de ces espaces fictionnels ? Ce sont ces problèmes spécifiques qui sont au cœur de ce chapitre.

1. Quels concepteurs de jeux vidéo ?

1.1 Consubstantialité du jeu et de l'ennui ?

Qui sont les premiers concepteurs de jeu ? Beaucoup de mythes se sont construits au fil de l'histoire autour de figures dominantes tels que des héros grecs : Ulysse, Xerxès ou encore Philométor¹. Le personnage de Palamède reste l'un des plus emblématiques. Durant la guerre de Troie, selon Michel Pastoureau² et Jean-Michel Mehl³, le jeune prince aurait inventé le jeu d'échecs pour divertir les Grecs lors du siège. Cette version de l'invention des jeux provient de Cratès⁴ et se confond avec celle d'Hérodote qui attribue l'invention des jeux aux Lydiens⁵.

Ce héros [Palamède] n'a-t-il pas écarté la famine, si j'ose ainsi dire ? Et n'a-t-il pas inventé le plus ingénieux des passe-temps pour les guerriers qui se reposent après la fatigue de la bataille, les dames et les dés, agréables remèdes à l'inaction ?⁶

Ainsi dans ces deux versions, le jeu naît de l'ennui. Alain Cotta, dans *La Société Ludique*, traite de cet état psychologique et mental. L'exemple clé, selon lui, est la civilisation romaine, chez qui le jeu est devenu un instrument de l'ordre social pour pallier à l'excès d'inaction. Friands de jeux, de spectacles et de divertissements, les Romains s'inscrivent comme un peuple « divertie » avec deux cents jours fériés par an dont cent soixante-quinze étaient dédiés aux cirques⁷. Ces « parades de mort » relevaient du spectacle familial « divertissant ». Cratès et Hérodote font de l'ennui la fonction du jeu, celle d'un divertissement qui étymologiquement en latin signifie le « détournement ». Chez les Romains, la finalité des jeux, détenue par le pouvoir, est d'adoucir les mœurs, de détourner du quotidien, dans l'espoir de bercer le peuple par des fictions ludiques. Elle est de distiller « les moments minéraux de l'à-quoi-bon »⁸.

¹ J-M. MEHL, « Le Jeu au Moyen-Âge », *op. cit.* p. 23.

² M. PASTOUREAU, *Le Jeu d'échecs médiéval, une histoire symbolique*, *op. cit.*, p. 9.

³ J-M. MEHL, *Ibid.*, p. 23.

⁴ R. GOOSSENS, « L'invention des jeux (Cratès, fr.24 kock), in. *Revue belge de philologie et d'histoire*. Tome 30 fasc. 1-2, 1952, p. 151.

⁵ Cf. chapitre 2 p. 62.

⁶ *Ibid.* p.151.

⁷ A. COTTA, *La Société Ludique*, *op. cit.*, p. 78.

⁸ *Ibid.* p. 10.

Ce détournement comme fonction se retrouve également dans une conception plus chrétienne de l'apparition du jeu. Jean-Michel Mehl retrace la figure du premier *game designer* au Moyen-Âge, comme étant celle du diable.

L'inventeur des jeux le plus souvent signalé, dès le haut Moyen-Âge, c'est le diable : l'apparition du jeu daterait de la Passion du Christ, le diable venant apprendre les dés aux soldats romains au pied de la Croix. L'idée sous-jacente est que le jeu découle de la Chute : on joue pour passer le temps, alors que l'homme en l'état d'innocence n'aurait pas eu conscience de l'écoulement du temps.⁹

Les évangiles de Jean (19.23) et de Matthieu (27.35) traitent du tirage au sort de la tunique de Jésus par les soldats romains au pied de la croix. La représentation de cette scène de la Crucifixion fait l'objet d'une interprétation de la part d'un grand nombre d'artistes, notamment chez Maître de Giovanni Barrile, en 1350, Andrea Mantegna, 1457-1459, Andrea di Bartolo, 1503, ou encore Pablo Picasso, 1930. Jean-Michel Mehl souligne que la représentation du jeu de dés montre sa dissémination aux 15^e et 16^e siècles mais aussi la vision qu'en porte l'idéologie dominante. Les jeux de hasard, interdits par l'Eglise, reflètent dans ces peintures le caractère blasphématoire des soldats, qui sont alors comme habités par le diable.

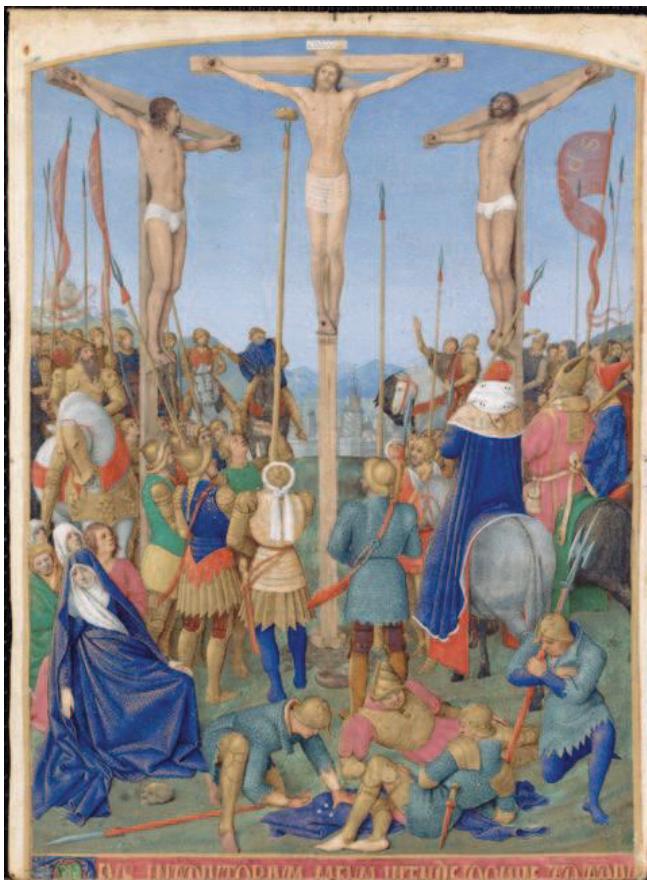


Figure 5.1 Le Livre d'Heures d'Etienne Chevalier : Les Heures de la Croix, la Crucifixion, Jean Fouquet, 15^e siècle, Musée Condé, Chantilly

⁹ J-M. MELH, *op. cit.*, p. 23.

L'interprétation de Jean-Michel Mehl appuie la conception du ludique comme détournement. Dans la représentation de Jean Fouquet, il est d'ailleurs notable que les soldats ont les yeux rivés sur le jeu, alors que la majorité des personnages regardent le Christ. Ainsi le concepteur de jeu est celui qui dissipe l'ennui et détourne les hommes de leur condition dans un espace et un temps d'un autre ordre, à la fois à l'image de ces héros grecs ou du Malin.

Si l'on peut remettre en question la représentation de l'ennui dans cette scène, le jeu reste de connivence avec cet état. Selon Alain Cotta, l'ennui apparaît lorsque l'homme n'a plus d'objectif. Au lieu de sombrer dans un vide cognitif, l'ennui agite au contraire l'intellect humain et sème le chaos par l'interrogation de toutes les constructions socio-éco-politiques. Il apparaît alors comme l'ennemi de l'ordre social dont la finalité est de fournir des objectifs aux hommes, d'éviter de sombrer dans cet état, et par là même d'inciter à accepter les lois établies. L'homme divertí, détourné, ne les remet pas en question. L'ennui n'est pas le thème d'une époque révolue. Alain Cotta note sa contemporanéité. Il est l'un des maux de la société actuelle. Avec le développement du travail de bureau, non physique et peu productif, l'homme s'ennuie de plus en plus. Le travail est moins engageant, plus répétitif, aussi plus séparé de l'entreprise globale à laquelle il participe. Il devient de moins en moins gratifiant. C'est cette crise du travail, parcourue par l'ennui, que les *serious games* et la *gamification* cherchent à pallier. Egalement, dans ce contexte, se développent l'utilisation des réseaux sociaux, vastes jeux relationnels, et leurs attenants les *free-to-play* qui permettent des parties de jeux courtes, ponctuées à différents moments de la journée, comme autant de pauses entre des tâches bureaucratiques peu prenantes. En 1980, Alain Cotta prédit un ennui généralisé du travail dont les récompenses financières ne suffisent plus. Il explique alors que pour compenser l'ennui, c'est le loisir qui se développe en contrepartie, comme l'objectif à long terme du travailleur : la récompense financière y donne accès. Cependant, aujourd'hui, il est possible de voir une aggravation de l'ennui au travail, souvent rejetée sur le développement d'une génération Y¹⁰ dont il faut trouver « comment capter l'attention et l'intérêt ». La *gamification* est révélatrice du développement de l'ennui, puisque le jeu doit aujourd'hui pénétrer le domaine du travail – mais aussi le reste de la vie humaine – pour stimuler l'homme. Eviter à tout prix que celui-ci ne sombre dans l'ennui

¹⁰ La génération Y, aussi appelée, par Marc Prensky, les *digital natives* (les natifs numériques), concerne toutes personnes nées aux alentours de 1980 accédant aux technologies numériques et ayant développé à leur contact des compétences spécifiques. Controversée, cette catégorisation sert à évoquer une culture et un mode de pensée qui s'est créé autour de ces nouvelles techniques. Cf. *Digital Natives, Culture, Génération et Consommation*, collectif sous la direction de Thomas STENGER, « Introduction », Paris, EMPS, 2015, pp. 14-23.

apparaît comme l'un des fers de lance de la campagne de la société du jeu total. Par le même moyen c'est aussi une dimension « pleine de misère », d'angoisse et de remise en question que l'état de jeu perpétuel cherche à éluder. Le jeu n'offre pas d'ataraxie mais canalise plutôt les émotions, endort le rapport au monde et tait la réflexion. Il devient oubli de soi l'instant d'une partie.

Qu'en est-il aujourd'hui de ces concepteurs ? Sont-ils, eux aussi, des dissipateurs d'ennui ? Leurs objectifs sont-ils de détourner les hommes de leur condition ?

1.2 Ce qui se joue dans les mains des concepteurs

Jusqu'à présent, le jeu s'est défini comme divertissement bien qu'il puisse être aussi éducatif. De manière générale, l'opinion commune s'accorde à voir dans les jeux une fonction pédagogique. Dans le mouvement de la *gamification*, ceux-ci se font les héritiers d'un courant de pensée que l'étude de Colas Duflo a permis d'incarner dans les figures d'Erasme et de Rousseau. Gilles Brougère, dans son article « Le jeu entre éducation et divertissement », lui aussi s'accorde à dire que la pensée d'un jeu éducatif prend racine chez ces philosophes. Cependant Gilles Brougère objecte que, dans ce courant, le jeu ne possède pas comme qualité intrinsèque d'être éducatif¹¹. Il est, comme il a été vu, un leurre, un édulcorant permettant de faire oublier le médicament. C'est cette même idée qui se déploie dans le *serious game* et la *gamification*, malgré une volonté chez certains concepteurs de ranimer les fonctions intrinsèquement éducatives de cet objet ludique. S'inscrire dans une volonté de rendre le jeu tel s'oppose à une vision de cette faculté comme l'une de ses qualités. Il semble cependant difficile de la nier.

Dans le mode d'appréhension du monde que le jeu permet, l'humain, comme tout autre animal, développe sa motricité par le jeu, stimule sa vision, s'entraîne aux contacts sociaux et même aux conventions qui lui seront demandées de respecter. L'enfant, ou l'adulte, transgresse également par les formes ludiques, les filets de sécurité de la fiction¹². Ces deux visions sont-elles véritablement opposées ? Le jeu n'est-il pas créé, dans ses formes libres ou plus contrôlées comme une imitation du monde ? Ne permet-il pas ainsi la transmission et l'apprentissage de

¹¹ G. BROUGERE, « Le Jeu entre éducation et divertissement », in. *MEI* « Médiation et Information », n°18, 2003, p. 44.

¹² Ce point est abordé plus en détail au chapitre 6.

mœurs ou de savoir-faire ? N'est-il pas une manière de mettre à distance l'ordre du monde ? De le comprendre ? De le respecter ? Ou encore de lutter contre lui ?

Selon Gilles Brougère, jeu et éducation possèdent effectivement une relation consubstantielle. La portée éducative des jeux se fait, selon lui, par le jeu libre qu'il valorise. Elle témoigne d'une mise à distance du réel, qui est alors retravaillé par les joueurs pour apprendre à obtenir du plaisir dans ce monde¹³. En accord avec Gilles Brougère, il apparaît clairement que les fabricants de jeu et de jouets se sont bien emparés de la portée éducative du jeu, mais il faut aller plus loin et questionner la manière dont ceux-ci s'approprient le jeu et formatent les représentations délivrées aux joueurs, comme il a été vu dans le cas des affordances. S'il existe bel et bien une perversion du jeu par la thématique du « développement » de l'enfant, et de l'éducation contrôlée, le jeu est aussi le moyen de recréer le monde, de le re-présenter et d'y replacer le joueur à l'intérieur : ce sont ces possibilités qui se trouvent manipulées entre les mains des concepteurs de ludique.

Les visions du jeu comme détournement et éducation ne sont pas opposées. Au contraire, elles participent l'une de l'autre et sont de connivence dans une utilisation idéologique du jeu. En effet, le détournement et l'absence d'ennui éloignent les hommes des remises en question de l'ordre social et politique. Y ajouter une dimension éducative, porteuse des symboles de l'air du temps, en fait un dispositif puissant, semblable à un « Appareil Idéologique d'Etat »¹⁴ culturel¹⁵. Ses machinistes révèlent, majoritairement, l'expression non-consciente d'une tendance générale bien installée dans les esprits à travers la figure d'un jeu *fun*, stimulant et assurant l'*équilibre*¹⁶ d'hormones de plaisir. Peut-on donner au jeu cette seule fonction ? Cette vision dominante est-elle l'unique ? En effet, de la même manière que

¹³ G. BROUGERE, *op. cit.*, p. 50.

¹⁴ Le concept est emprunté à Louis Althusser, « Idéologie et Appareils Idéologiques d'Etat, Notes pour une Recherche », parution originale dans la revue *La Pensée*, n°115, Juin 1970, repris dans *Positions*, Paris, Les Editions Sociales, 1976, pp. 67-125. Il sert à identifier les institutions qui concourent à reproduire les rapports de classes et ainsi à maintenir l'idéologie dominante capitaliste. Les écoles sont, par exemple, un Appareil Idéologique d'Etat qui inculque les valeurs et les savoir-faire visant à entretenir les rapports de classe. De la même manière, le jeu (et le jeu vidéo) joue un rôle similaire, tout aussi silencieux et pluriel, de perpétuation de valeurs spécifiques et de modes de pensée propres au néolibéralisme.

¹⁵ A défaut de catégorie appropriée, les jeux vidéo s'intègrent dans les biens culturels. Cependant, il serait aussi intéressant de les intégrer dans les Appareils Idéologiques d'Etat d'informations qui regroupent les média, mais aussi scolaires, par le développement de plus en plus de *serious games*.

¹⁶ La notion d'équilibre (aussi appelée en anglais *tweak*) est importante dans la conception d'un jeu vidéo. Il s'agit d'une phase d'itération permettant de mesurer la difficulté, ou la facilité, la compréhension, ou l'incompréhension, du joueur face aux défis proposés par le jeu. Par tout un système de métrique, elle vise à paramétrer l'environnement du jeu et les intelligences artificielles en fonction des capacités du joueur-cible.

l'homme peut entretenir différents rapports à une peinture, ne peut-il exister plusieurs rapports à un jeu ? Plutôt que de s'oublier dans le jeu, n'est-il pas possible de redécouvrir le monde et soi ? Egalement dans l'acte de création, ne peut-il pas y avoir plusieurs intentions : de la volonté d'immersion à celle de réflexion ? Ainsi, le jeu ne peut-il pas se définir autrement que comme « divertissement » ?

1.3 Les jeux comme textes, les concepteurs comme sujets culturels

Aujourd'hui, dans la sphère vidéoludique, domine une structure, celle de l'OCR (Objectif – *Challenge* – Récompense)¹⁷, également celle du « point » et du statut. Ce qui fait jeu n'est pas figé et traduit les valeurs d'une époque. En d'autres termes, le jeu ne possède pas de structure *a priori* dominante, dans les règles et les expériences qu'il crée. Ainsi, ce ne sont pas seulement les jeux qu'il faut analyser mais aussi leurs concepteurs.

Les concepteurs de jouets, de jeux ou de jeux vidéo, injectent dans leur création des référents réels¹⁸. Ils sont vecteurs d'une culture idéologiquement dominante souvent non-consciente. Comment les *game designers* se font-ils les porteurs de valeurs et de représentations ? Pour révéler le problème sous-jacent à cette question, il est nécessaire de faire appel au concept d'Edmond Cros, Professeur émérite de Littérature espagnole et hispano-américaine de l'Université Montpellier 3, de « sujet culturel ». Le chercheur propose une théorie méthodologique permettant de « mettre à jour les modalités qui gèrent l'incorporation de l'histoire dans les structures textuelles »¹⁹. Influencée par le structuralisme et la psychanalyse, cette méthodologie s'appuie cependant sur une analyse d'ordre dialectique²⁰ permettant de soulever les « points de rupture discursif »²¹ dans les « textes » à comprendre dans un sens plus large comme un réseau de significations. Dans la sociocritique, le texte est analysé, non pas pour ce qu'il énonce dans le cadre de son discours, mais pour ce qu'il révèle dans chacun de ses éléments. Ils sont autant de symptômes dévoilant les « tracés idéologiques »²² d'un sujet traversé par sa culture. Selon Edmond Cros, le sujet est multiple, il

¹⁷ M. ALBINET, *Concevoir un jeu vidéo, op. cit.*, p. 105.

¹⁸ Cf. chapitre 4, p. 186.

¹⁹ E. CROS, *La Sociocritique*, Paris, L'Harmattan, 2003, p. 13.

²⁰ *Ibid.* p. 13.

²¹ *Ibid.* p. 14.

²² *Ibid.* p. 30.

est à la fois l'expression de désirs privés, mais il est aussi et surtout « transindividuel ». Cette notion, empruntée à Lucien Goldman, signifie que le sujet lorsqu'il s'exprime, ne peut parler de son seul point de vue, il est toujours pris dans une vision du monde qui est celle d'un groupe culturel. Egalement, il est assujetti, aliéné à une idéologie qu'il incorpore.

En tant que fait sémiotico-idéologique le sujet culturel ne cesse donc de travailler en redistribuant tout au long de son existence des trajets de sens complexes, hétérogènes et contradictoires qui ont vocation à être transcrits dans la production textuelle ou, plus largement culturelle.²³

Ce travail incessant du sujet culturel renvoie à la production de sens qui n'est jamais figée, achevée ou objective. Ce qui est proposé, ici, c'est de voir le jeu vidéo comme un « texte » et de voir son concepteur comme un « sujet culturel ». La conscience du *game designer* est un « fait socio-idéologique » qui va s'agréger dans la matière de l'œuvre. En tant qu'identité subjective, il reproduit dans son œuvre, il retranscrit à son insu la structure historique de son époque, ainsi que les tensions qui la sous-tendent. En tant que sujet culturel, le concepteur de jeu vidéo incorpore l'histoire, celle de son époque, de ses courants de pensée, et ses manières de raisonner dans un espace fictionnel aux multiples dimensions. En resituant les jeux vidéo comme des œuvres culturelles industrielles qui participent aux grands changements socioculturels du 21^e siècle, ils deviennent les lieux privilégiés où s'expriment de nouveaux imaginaires porteurs de l'air du temps. Interroger les concepteurs permet donc de traiter la question de l'idéologie qui se perpétue par leur entremise. Pour autant, peut-on penser que tous les *game designers* soient aliénés au même degré ? En effet, s'il se manifeste dans leur création des « idéologèmes »²⁴, certains travaillent à une émancipation des idéologies dominantes par la déconstruction tant de l'époque dans laquelle leur création émerge, que des représentations visuelles et structurelles qu'il leur donne. Ce sont ces différentes figures du *game designer* qu'il faut à présent distinguer. Celles-ci ne sont pas hermétiques et peuvent montrer une certaine porosité.

²³ *Ibid.* p. 126.

²⁴ *Ibid.* p. 165.

Les idéologèmes sont des microsystèmes sémiotico-idéologiques intériorisés par le sujet et non questionnés. On peut les comparer à des représentations et des idées qui se manifestent dans les productions culturelles et révèlent les tensions idéologiques historiques et sociétales, ainsi incorporées par les créateurs.

La première figure a déjà été rapidement abordée : ce sont les « gamificateurs » (ou *gamifiers*). Ce terme est emprunté à Ian Bogost dans son article « Why Gamification is Bullshit » : « *Like the best sociopaths, gamifiers are not even capable of being ashamed of their activities* »²⁵. Les comparant à des malades mentaux, Ian Bogost désigne ici les consultants de la *gamification*. Il s'agit souvent de personnes intéressées uniquement par le fait de vendre un produit. On retrouve l'aspect réducteur, déjà évoqué, qui nie la capacité du jeu vidéo à être un médium complexe. Ces concepteurs ne sont pas des *designers* : ils ne cherchent pas à concevoir des formes vidéoludiques pour répondre à des fonctions spécifiques. Ils appliquent des recettes de jeu prêtes à l'emploi comme la boucle de Gabe Zichermann (Cf. figure 3.27). Ce terme excède le cadre de la *gamification* et touche également à l'industrie du divertissement. En effet, si l'on analyse le marché du jeu sur *smartphones*, par exemple, on peut voir de nombreux clones de jeu qui relèvent, là aussi, d'une récupération et d'une application de recettes existantes²⁶. Parmi ces reproducteurs, certains cherchent peut-être un simple entraînement technique, tandis que d'autres visent à tromper le joueur à des fins uniquement économiques. Cette forte tendance traduit une absence de considération des potentialités du médium vidéoludique et s'oppose à une, déjà, plus créative, malgré son assujettissement au *marketing* : celle des *game designers* industriels.

La deuxième figure qu'il faut aborder est la plus majoritaire. Il s'agit des concepteurs industriels présents dans les grands studios tels que Nintendo, Electronic Arts, Ubisoft, Rockstar Games, etc. Celle-ci présente une ambiguïté selon le point de vue d'où l'on se place. En effet, si l'on tient compte du nombre de *saga* périodiques servies dans le « catalogue » annuel du joueur, il est possible de rapprocher ces concepteurs de la figure du gamificateur, toute proportion gardée vis-à-vis du travail immense en *design* effectué sur ce genre de productions – *Mario*, *Les Sims*, *Assassin's Creed*, *GTA* pour ne citer que certaines des plus connues. Bien souvent, ce genre de séries restent des produits phares qui assurent la survie des studios et financent la création d'œuvres plus atypiques. Cependant, la strate éditoriale et le *marketing* de ces studios poussent à la production de ces biens et entretiennent par là une cible stéréotypée : celle du jeune mâle adolescent. Ainsi en perpétuant une représentation idéologique tant dans les valeurs proposées dans le jeu que dans la vision de qui doit être le joueur, les

²⁵ I. BOGOST, « Why Gamification is Bullshit », *op. cit.*, p. 72.

[Traduction] Comme les pires sociopathes, les *gamificateurs* n'ont aucun sentiment de honte vis-à-vis de leurs actes.

²⁶ Cf. Annexe, Figure A.6 *Angry Birds* et ses clones, p. 493.

productions ne sont pas prêtes de s'émanciper de ces jeux périodiques : le joueur se conforme à l'offre et celle-ci s'adapte à la demande d'un joueur conditionné, créant ainsi un cercle vicieux qui semble sans issue²⁷.

Cependant, comme annoncé précédemment, la figure du concepteur industriel n'est peut-être pas si aliénée que ne l'est la vision éditoriale qui canalise et formate son travail. Par contraste, une troisième figure fait son apparition dans ces mêmes studios, celle du concepteur industriel qui a un projet. Il cherche à créer une œuvre culturelle, riche de sens et émancipée des standards habituels. Il rassemble une équipe et devient moteur d'un projet personnel. L'un des derniers exemples connus en date est le jeu *Soldat Inconnu* (*Valiant Heart*) du studio Ubisoft créé par Yoan Fanise, récompensé par un BAFTA (*British Academy of Film and Television Arts*) et primé lors des *Games For Change Awards* 2014. Ce jeu est inspiré des correspondances de la Première Guerre Mondiale, de personnages et faits réels, chers à la vie de ses concepteurs. Sous ses allures enfantines, il révèle une narration dramatique plongeant le joueur au cœur de l'histoire de ces ancêtres proches. Sans faire preuve d'une dimension critique, le jeu *Soldats Inconnus* reste une œuvre engagée par les thématiques abordées²⁸ et la cible restreinte concernée. Ce jeu aurait pourtant espéré toucher le traditionnel « tout public ». Malgré des initiatives artistiques, ces jeux restent soumis à la loi du marché et à une audience qui doit être la plus large possible, ce qui contraint les possibilités d'expression par le jeu vidéo. Très souvent, ces concepteurs finissent par sortir des grands studios pour monter leurs propres structures, s'affichant alors comme des « concepteurs indépendants ».

Cette troisième figure du concepteur indépendant possède deux orientations. La première, comme il vient d'être remarqué, est celle d'un concepteur qui quitterait l'industrie, ou qui n'y aurait jamais été, dont l'intention serait de rester « indépendant »²⁹ des logiques

²⁷ Cf. Annexe Figure A.7, *Saga des jeux Call Of Duty (Infinity Ward, Activision) de 2003 à 2013, Assassin's Creed (Ubisoft) de 2007 à 2014, liste non exhaustive*, p. 494.

²⁸ A ce sujet, il faut souligner que bien que la thématique de la guerre soit très souvent abordée dans les jeux vidéo, elle ne l'est jamais d'un point de vue sensible et émotionnel. C'est bien souvent la dimension épique de la figure du soldat américain, « Olympien » des temps vidéoludiques postmodernes, qui est valorisée et non son drame, sa violence et son impact sur le moral des hommes.

²⁹ Le jeu indépendant constitue un courant dans la sphère vidéoludique qui refait surface dans les années 2000 par l'essor des technologies Flash et de l'Internet. En se libérant des contraintes matérielles et des « passeurs » éditoriaux, de nouveaux jeux peuvent voir le jour indépendamment de son industrie. Les jeux vidéo sont à l'origine tous indépendants, les logiques éditoriales ont vu le jour suite à la crise de 1983 pour assurer un contrôle qualité des produits délivrés au public. A l'époque les éditeurs sont également les constructeurs de consoles ce qui implique un monopole du marché par quelques grandes boîtes : Nintendo, Sony, Sega. Cf. A ce sujet, N. AURAY, F. GEORGES, « Les productions audiovisuelles des joueurs de jeux vidéo : entre formation professionnelle et apprentissages esthétiques autodidactes », *Industrie Culturelles et Internet*, Réseaux n°175, 2012, p. 152, et A. BLANCHET, « « Download... Une courte histoire de la

éditoriales, pour créer ses propres œuvres, évitant ainsi au maximum les contraintes *marketing* de diffusion et de vente. La seconde concerne un concepteur indépendant qui lui souhaiterait effectuer le chemin inverse, c'est-à-dire entrer dans l'industrie et la guerre des licences AAA³⁰ par ses productions. Ces deux orientations vont dans des directions différentes sur l'axe du degré d'aliénation idéologique de ses créateurs qui jouent un rôle considérable dans la fabrique des imaginaires de millions de joueurs.

Enfin la dernière figure, la plus rare et la moins recherchée, est celle du « concepteur éclairé »³¹ (*conscientious designer*) de Mary Flanagan dans son livre *Values At Play in Digital Games*³². Ces concepteurs sont ceux qui acceptent de reconnaître que les jeux vidéo sont traversés de valeurs et de représentations, et qui souhaitent avoir un rôle social, éthique et politique. Ils s'incarnent par exemple dans des figures comme Mary Flanagan, Gonzalo Frasca, Ian Bogost ou encore Paolo Pedercini, et apparaissent comme étant des artistes-théoriciens, c'est-à-dire qu'ils mettent en œuvre une pratique du médium vidéoludique qui s'articule autour d'une réflexion théorique. Celle-ci porte essentiellement sur ce qu'ils expriment en tant que sujet culturel. Ces concepteurs cherchent à s'émanciper³³ des discours idéologiques - non-conscients - qui pourraient se manifester dans leur création. Souscrivant à une dimension éthique, ils ont conscience du pouvoir d'absorption des jeux vidéo et travaillent à le révéler. Ils sont à l'opposé des gamificateurs car ils cherchent toujours à créer des systèmes de jeu qui soient signifiants pour le joueur, tant dans le cadre sémiotique d'un jeu que comme élément individuel faisant référence à une culture et à l'air du temps. Leurs pratiques sont engagées dans des thématiques censurées par la sphère vidéoludique. Les systèmes qu'ils proposent n'hésitent pas à faire preuve d'expérimentations, à la manière de films d'auteur. Dans leurs mains, il n'existe pas une conception unique de « ce qui fait jeu ». Au contraire, ils s'inscrivent, pour la plupart, dans le détournement de la fonction même de « divertissement » pour proposer d'aller

dématérialisation des jeux vidéo », *Mise au point*, 4 | 2012, disponible en ligne (consulté le 29/07/15), à l'url suivant : <http://map.revues.org/642>.

³⁰ La terminologie AAA (se prononce triple A) est employée pour qualifier des jeux vidéo dont le développement a nécessité beaucoup de ressources de production et une équipe importante. On peut les comparer aux équivalents des *blockbusters* au cinéma.

³¹ La figure du concepteur éclairé est à nouveau évoquée au chapitre suivant dans le cadre d'une analyse du mouvement de l'*Artgame*. Cf. chapitre 6 p. 323.

³² M. FLANAGAN, H. NISSENBAUM, *Values at Play in Digital Games*, Cambridge, MIT Press, 2014, p. 28.

³³ Il ne s'agit pas de dire ici que les créations de ces concepteurs pourraient s'extraire de toute idéologie. Les concepteurs éclairés n'existent que dans la mesure où ils apparaissent en réaction à un jeu vidéo qui prône l'absence de sens et le délassement cognitif. Cette émancipation traduit une volonté de comprendre, analyser les discours idéologiques et de partager cette prise de conscience.

à la rencontre de ce faux ennui, pointé du doigt par la société du jeu total. Ces jeux montrent, dénoncent et poussent à la réflexion plutôt qu'à la stimulation émotionnelle.

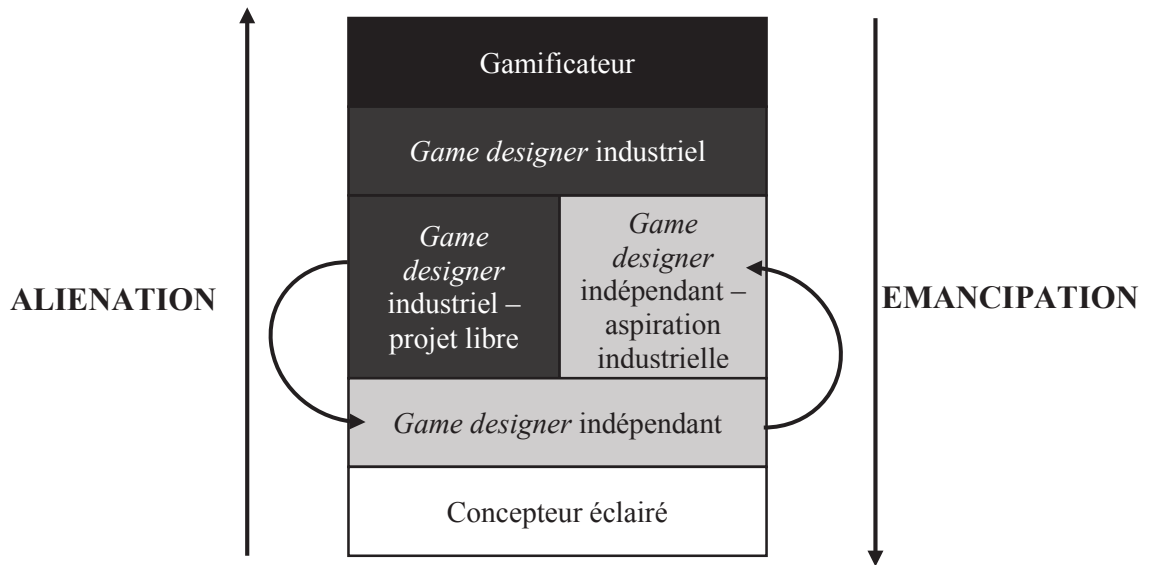


Figure 5.2 Schéma des différentes figures des concepteurs

La mécanique de la jauge d'aspiration

La figure du concepteur éclairé offre un horizon constructif qui participe de la réflexion que je mène pour élaborer ma propre position, relative au projet de jeu proposé dans le cadre de cette recherche doctorale. L'ennui apparaît comme un concept creux, prétexte à une utilisation du jeu comme « détournement ». *L'Envers du Décor*, articulé à partir d'une représentation de la société du jeu total, a pour ambition de faire apparaître cette thématique car elle participe à la manipulation sous-jacente de la *gamification*. L'ennui est cet « ennemi » dont il ne faut pas s'approcher. Il est pourtant d'après l'analyse d'Alain Cotta, le point de rupture et de basculement dans la réflexion de l'individu. Il en est de même pour le joueur qui peut l'expérimenter dans le projet.

Le système de jeu conçu jusqu'à présent reste idéologique. Il est une copie des mécanismes de la *gamification*. C'est pourquoi il est temps d'amorcer la construction d'un contre-système qui va permettre de révéler la dimension critique développée au chapitre 3. Pour cela, je propose de donner à chaque personnage, que va incarner le joueur, une jauge d'aspiration. Celle-ci est spécifique à chacun des niveaux de jeu et possède un fonctionnement différent à chaque quartier. Elle est inspirée par le jeu du concepteur Will Wright, développé par le studio Maxis, édité par Electronic Arts, *Les Sims 2* (2004) et *Les Sims 4* (2014). Dans ce

projet, la jauge d'aspiration permet de donner un semblant de caractère aux avatars que contrôle le joueur. Elle apparaît comme l'un des ressorts principaux pour la construction du système de jeu.

Les Sims – il est ici question de la saga en général – est un jeu de simulation de vie à la fois réaliste et excentrique. Le joueur crée des personnages destinés à vivre ensemble, il construit ou leur achète une maison, la décore, puis se lance dans la vie. Il doit chercher un travail, se faire des amis, s'entraîner, augmenter ses compétences, et être heureux malgré les aléas : incendie, accident, embarras, etc. Dans le deuxième volet, le joueur peut choisir des aspirations : aspiration à l'amour, à la connaissance, à la famille, à grandir, à atteindre la popularité ou encore la richesse. Quelques modifications apparaissent dans le quatrième volet. Les Sims – il est ici référence aux personnages dont le jeu porte le nom – peuvent aspirer à l'amour, la connaissance, la famille, la fortune mais aussi à la créativité, à la nature, à la nourriture et au sport.

Connaissance

Trait bonus : Apprend vite. Les Sims qui apprennent vite développent toutes les compétences un peu plus vite que les autres !



▪ **Sim aux multiples talents** : Ce Sim veut être compétent dans de nombreux domaines à la fois !



▪ **Cerveau exceptionnel** : Ce Sim veut être à la fois cultivé et manuel !



▪ **Génie de l'informatique** : Ce Sim veut tout savoir sur les ordinateurs, des jeux aux opportunités professionnelles !



Figure 5.3 L'aspiration de « Connaissance » du jeu *Les Sims 4*, capture d'écran du site encyclopédique des Sims

Selon l'encyclopédie du jeu, « L'aspiration est la base des désirs et des craintes du Sim. Plus les désirs du Sim sont réalisés, plus l'aspiration sera haute »³⁴. L'aspiration est mesurée sous la forme d'étapes à effectuer, qui permettent d'accumuler des points et de passer à l'étape suivante. Elle ne peut jamais diminuer.

Ces aspirations sont révélatrices de valeurs : elles sont comme des tracés idéologiques laissés par les concepteurs. Dans *Les Sims*, si l'on peut noter un effort de diversification et de nuance – notamment dans le 4 où les aspirations se subdivisent en fonction des goûts des joueurs

³⁴ Cf. Les SimsWiki, disponible en ligne (consulté le 07.08.15) à l'url suivant : fr.sims.wikia.com/wiki/Aspiration.

– chacune d’elles reste individualiste. La majorité des aspirations sont centrées autour de la vie du Sim contrôlée par le joueur. Même celles qui devraient appeler à des actes désintéressés comme l’amour ou la famille, font apparaître une dimension narcissique qui s’étend à une sphère égocentrique élargie : le couple et la famille. L’aspiration à l’amour présente aussi une orientation « Romantique en série » qui consiste à collectionner les conquêtes, exacerbant ce mode d’être contemporain. Un autre point révélateur de cet individualisme est l’absence d’aspiration au politique, au sens large. D’habitude mis en scène dans les carrières³⁵, le politique ne figure toujours pas dans *Les Sims 4*, même après une première extension intitulée « Au travail ». De plus, ranger le politique au niveau des carrières et non des aspirations est aussi révélateur d’un monde dépossédé d’ambition collective et de prise en compte de la co-existence des Sims dans leurs cités³⁶. C’est finalement uniquement sur le rang du joueur dans le cadre du jeu, et sur le salaire reçu par son personnage que l’accent est mis.

Les aspirations ne sont pas les seuls idéologèmes présents dans *Les Sims*. Elles illustrent la précédente réflexion sur le sujet culturel. Le jeu renvoie une vision de l’individu contemporain pris dans une quête de jouissance personnelle, similaire à l’analyse effectuée au chapitre 3. Inspiré d’un événement traumatisant dans la vie de son auteur, le jeu *Les Sims* s’annonce au départ comme critique de la société de consommation. Will Wright a imaginé cette série suite à un incendie qui a détruit sa maison, l’a contraint à en racheter une nouvelle et à recomposer son intérieur de manière totalement artificielle. Le jeu initialement intitulé *Dolls House, Home Tactics : the experimental domestics simulator* (Maison de Poupée, Tactiques Domestiques : le simulateur expérimental d’intérieurs) est conçu d’après le concepteur comme une « équation de la vie quotidienne » qui traduit l’idée de poursuite du bonheur par ses choix quotidiens. Pour Will Wright jouer à ce jeu permet de refléter une part d’identité de chacun. La simulation est comme un miroir qui va révéler par les actions du joueur, les traits de sa personnalité.

Chacun de nous, dans sa vie, passe son temps à établir un équilibre entre plusieurs priorités. Lorsqu’un individu rentre chez lui le soir, sans s’en rendre compte, il opère à la manière d’un jeu de stratégie. Que doit-il faire : étudier pour avoir une promotion, organiser une soirée, s’occuper des enfants ?³⁷

³⁵ La politique apparaît comme une carrière dans *Les Sims 1, 2 et 3*.

³⁶ Notons, pour nuancer ce propos, qu’un autre jeu, du même concepteur et du même studio, intitulé *SimCity*, s’axe sur une simulation plus macro, à l’échelle d’une ville dont le joueur est le Maire. On y trouve donc une dimension politique importante.

³⁷ D. ICHBIAH, *La Saga des Jeux Vidéo*, Paris, Pix’n’Love, 2011, p. 405.

Dans la pratique du joueur, se révèle des valeurs qui vont s'imprimer dans l'espace de jeu, qui correspond, avec *Les Sims*, à l'agencement des pièces de la maison, à son ameublement, mais aussi au déplacement orchestré des personnages, au travail de certaines de leurs compétences, au choix de leurs rencontres ou de leur carrière. Mathieu Triclot corrobore cette idée, en voyant dans le jeu vidéo en général un « laboratoire pour les formes de subjectivité »³⁸ qu'il rapproche du sujet qui le manipule. Cependant, il est nécessaire, comme le fait Mary Flanagan, dans son article « Une maison de poupée virtuelle capitaliste ? », de réinterroger la neutralité apparente de cet espace de jeu.

Les aspirations ne sont qu'un élément discursif. Le jeu présente aussi une idéologie capitaliste américaine où l'argent, la banlieue et l'espace domestique sont synonymes de bonheur. Si l'on compare les observations de Mary Flanagan sur le premier jeu *Les Sims* et le dernier sorti en date, on peut observer que sa critique reste toujours fondée. Au départ le Sim du joueur dispose d'une enveloppe financière prédéfinie pour s'équiper en mobilier. Le système de jeu va pousser le joueur à consommer pour améliorer son confort³⁹.

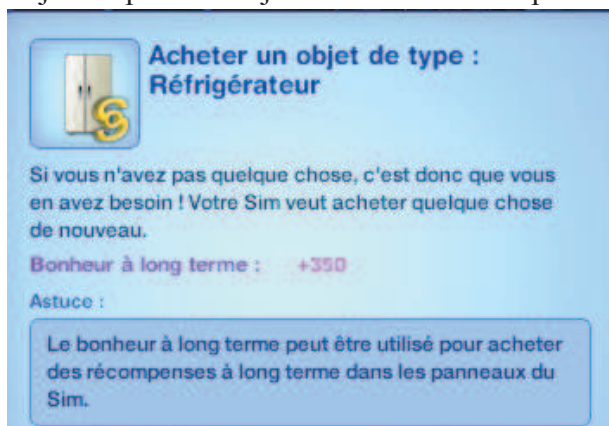


Figure 5.4 Capture d'écran, *Les Sims 3*, Will Wright, EA Games, Maxis, 2008

Mary Flanagan souligne aussi comment la thématique de l'espace domestique est idéologique. Aux Etats-Unis, depuis les années 1980, la maison est liée à une représentation idéale de consommation technologique et d'électroménager. Comme le rend manifeste *Les Sims*, la maison pousse à la consommation : on l'équipe car il y fait bon vivre. « *Le foyer apparaît comme le cadre de l'enracinement des structures : propriétés des hommes, travail des femmes, jeu des enfants... et consommation de tous* »⁴⁰. Ainsi la dimension critique du jeu *Les Sims* projetée par Will Wright est finalement galvaudée par l'intégration de ces différents éléments

³⁸ M. TRICLOT, *Philosophie des Jeux vidéo*, op. cit., p. 34.

³⁹ M. FLANAGAN, « Une maison de poupée virtuelle capitaliste ? The Sims : Domesticité, consommation et féminité », in. *La Pratique du Jeu Vidéo : Réalité ou virtualité*, collectif sous la direction de Mélanie Roustan, Paris, L'Harmattan, 2003, p. 178.

⁴⁰ *Ibid.* p. 185.

reproduisant à l'excès capitalisme et néolibéralisme. Si Mary Flanagan souligne l'existence d'un second degré dans *Les Sims*, celui-ci vient principalement de la réappropriation du jeu par le joueur et n'est pas la marque de son concepteur.



Figure 5.5 Compilation de scène de maltraitance des Sims (premier volet), où l'on voit (de gauche à droite) deux Sims enfermés dans une pièce sans issue ce qui les conduit nécessairement à mourir de faim, un Sims en train de se noyer dans une piscine sans échelle pour en sortir, deux Sims se battant, deux Sims n'ayant pas de douche ni de toilette, un Sim prisonnier d'un incendie.

Maintenant que la mécanique de l'aspiration, à laquelle je souhaite faire référence, a été brièvement analysée de manière sociocritique, et a été resituée dans l'ensemble du jeu et de son histoire, il est possible de la retravailler pour la transformer en un point de rupture. Deux aspects doivent attirer l'attention : le premier concerne la nature des aspirations mises en œuvre, le second l'absence de baisse d'aspiration de ces Sims toujours poussés vers l'idéologie du bonheur de consommation. Dans la société du jeu total, on peut retrouver des aspirations caractéristiques telles qu'étudiées au chapitre 3. L'aspiration « Stimulation Optimale » englobe l'optimisation de son temps – sa rationalisation – pour mieux pouvoir se divertir. Tout est calculé pour jouir d'un temps de loisir : c'est dans cette direction que s'oriente le travail. Cette gestion à l'excès répond à un besoin de combler chaque moment de la vie quotidienne. La mesure, au centre de ce besoin de divertissement, s'évalue par la volonté d'être le meilleur, de ne pas perdre son temps et surtout de ne pas s'ennuyer. L'aspiration du « Moi Grandiose »

regroupe l'analyse précédente autour du narcissisme de l'individu contemporain. Celle de la « Jouissance Sensationnelle » rassemble la recherche de petits plaisirs et de nouvelles expériences.

	Aspiration
Quartier du Maître Hasard	Stimulation Optimale
Quartier du Maître Ego	Moi Grandiose
Quartier du Maître Instant	Jouissance Sensationnelle

Figure 5.6 Les aspirations des quartiers

L'aspiration prend, ici, la forme d'une jauge, et non celle d'étapes comptabilisant des points comme dans *Les Sims 4*. Cette forme est symbolique et représente un triangle pouvant évoquer une pyramide de Maslow⁴¹ à l'envers, dont les besoins primaires sont positionnés au sommet comme l'un des objectifs les plus nobles à atteindre pour l'humain. Cette référence, peu scientifique, n'est qu'un clin d'œil aux motivations de la société du jeu total et ses effets sur les individus contemporains. Plutôt que de rechercher à se diriger vers des objectifs sublimés, tous sont dirigés vers des plaisirs immédiats et faciles répondant finalement d'un assouvissement de pulsions libidineuses – « physiologiques » – via le *fun*. Aussi les jauges d'aspiration proposées s'opposent à la conception idéologique prédominante dans *Les Sims*, celle du bonheur et de son équation : banlieue, argent, consommation. En effet, si, en apparence, les aspirations peuvent se ressembler, une différence notable est mise en place dans mon projet : l'aspiration peut diminuer, et ce n'est qu'en perdant de vue cette aspiration comme finalité que le personnage peut accéder à un état d'accomplissement de soi.

⁴¹ La pyramide des besoins du psychologue Abraham Maslow se trouve dans son ouvrage *Motivation and Personality* écrit en 1970 et identifie cinq groupes de besoins fondamentaux : (en partant du bas) besoins physiologiques, besoins de sécurité, besoins d'appartenance et d'amour, besoins d'estime, besoins d'accomplissement de soi.

Pour mettre en place ce message, chaque jauge d'aspiration possède son fonctionnement propre. Dans le Quartier du Maître Hasard, la perte d'aspiration est représentée par une baisse continue.



Figure 5.7 Jauge d'aspiration pyramidale du niveau 1

Faisant appel aux codes vidéoludiques classiques, le joueur cherche à remonter sa jauge, qui se remplit lorsque celui-ci répond aux stimulations de l'univers, en jouant à des mini-jeux. Sans réponse à ces stimulations, le personnage va tomber dans un état d'ennui tel qu'analysé précédemment. C'est en passant par ce sentiment d'ennui nécessaire, image d'une remise en question de l'ordre social, que le joueur peut faire basculer le jeu et parvenir à l'accomplissement de soi, représenté par le retournement de la pyramide de Maslow. Ce basculement est visible dans le jeu pour donner un indice au joueur, car, sans indice, celui-ci pourrait ne pas comprendre que l'état d'angoisse provoqué cache quelque chose. Ainsi au bout d'une minute, la jauge d'aspiration se met à tourner petit à petit pour totalement se renverser.

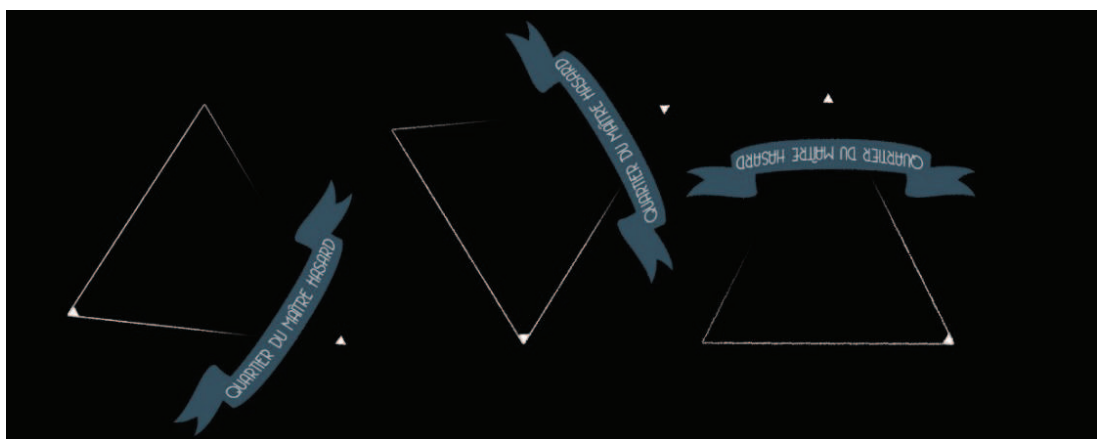


Figure 5.8 Basculement de la jauge d'aspiration « Divertissement » du niveau 1

Durant cet état d'ennui, le joueur expérimente à travers son personnage un état proche d'une crise d'angoisse. Images qui se distordent, sons qui se déforment, lumières qui se dérèglent, ou encore monologue intérieur du personnage, qui, pour la première fois s'exprime, sont autant de procédés utilisés pour créer cette situation. Techniquement, ceux-ci passent par l'ajout de filtres sur la caméra principale contrôlée par le joueur. Du point de vue du joueur, ce qui transparaît par ces ajouts, c'est la facticité du monde qui est présenté et qui atteint alors son paroxysme.

Lorsque la jauge est entièrement retournée – et la pyramide de Maslow remise à l'endroit –, l'état de crise du personnage se stabilise pour traduire un état de lucidité, proche d'un sentiment de déréalisation. Cet état annonce la deuxième partie du niveau et conduit le joueur à éprouver un état de critique enclin à porter d'autres valeurs.

Aspiration idéologique	Etat de crise	Etat à la sortie de l'état de crise
Stimulation Optimale	Ennui	Conscience
Moi Grandiose	Absence de Moi	Altruisme
Jouissance Sensationnelle	Ecœurement	Temps historique

Figure 5.9 Tableau des correspondances entre les aspirations, leurs Némésis et leurs contre-valeurs

Chacune des jauges présente un méta-jeu⁴² : le joueur va pouvoir chercher leur fonctionnement dans chacun des niveaux. La première convoque clairement un « non-jeu » : elle est la plus simple à décoder et permet par ce biais d'annoncer au joueur qu'il y a toujours une énigme avec les jauges qui lui sont présentées dans les niveaux 2 et 3. Les deux autres jauges possèdent des représentations différentes et fonctionnent de la manière suivante⁴³ :

- La jauge d'aspiration du Quartier du Maître Ego nécessite de trouver un équilibre entre les trois parties de la jauge représentant respectivement, le moi, le surmoi et le ça. Au

⁴² Un méta-jeu désigne certaines stratégies implicites, non prescrites, dans le jeu, qui ne peut résulter que de l'expérience des joueurs.

⁴³ Leur fonctionnement est ici moins détaillé car elles n'ont pas fait comme dans le niveau 1 l'objet de test. Ces deux jauges demanderont des itérations pour valider leur fonctionnement et leur compréhension auprès d'un joueur.

départ le moi est dominant. Les différentes interactions du niveau ont pour conséquences d'augmenter l'une des parties de la jauge.

- La jauge d'aspiration du Quartier du Maître Instant fonctionne en apparence de la même manière que celle du Quartier du Maître Hasard : elle diminue constamment. Cette fois-ci, il est demandé au joueur de l'augmenter jusqu'à expérimenter l'écœurement, c'est-à-dire pousser la jauge à l'excès, au-delà de sa capacité.

Ces jauges vont permettre de faire basculer le joueur vers une dimension critique et de l'amener dans de nouveaux environnements. D'autres mécaniques sont à l'œuvre dans ce projet et il reste encore à revenir sur une vision d'ensemble du système de jeu qui doit se construire autour de ces contre-espaces suite aux possibilités laissées par la mécanique de la jauge d'aspiration. Théoriquement, il est nécessaire d'avancer sur la question des structures idéologiques utilisées dans les jeux vidéo. En effet, si le jeu *Les Sims* est un exemple frappant relatif à l'inscription d'idéologèmes au sein de jeux vidéo, la construction des jeux vidéo par des mécaniques préconstruites, appelées les « *game design patterns* » l'est encore plus, car elles déploient une « rhétorique » à leur insu, hors du cadre sémiotique et pragmatique du jeu.

2. Des mécaniques comme idéologèmes

Définir les concepteurs comme sujets culturels ouvre la question de l'idéologie des jeux vidéo. Pour l'étudier, ce sont les « mécaniques » ludiques, autrement dit les règles, qu'il faut observer de près. Les représentations formelles – principalement visuelles et sonores – sont tout autant à interroger d'après les discours dont elles se font les porte-paroles. Cependant, ici, c'est sur la spécificité des jeux vidéo, la règle et ses discours qu'il faut se pencher. L'analyse du jeu *Les Sims 4* ouvre la voie. Elle révèle comment dans le code, dans la conception algorithmique du jeu, le joueur va être conduit à exécuter des actions et à suivre des chemins de pensée imprégnés de l'air du temps. Comment les structures de jeu deviennent-elles signifiantes ? Par quels discours sont-elles traversées ? Peut-on les considérer comme l'agrégation d'idéologèmes, un déjà-là non-perçu et véhiculé par les concepteurs ?

2.1 Rhétorique du gameplay

Les jeux vidéo sont des objets communicants et persuasifs. Pour le chercheur en média interactif Drew Davidson, les jeux vidéo déploient une « rhétorique » au sein de leur *gameplay*. Derrière cette rhétorique, on retrouve, encore une fois, une approche centrée-joueur, qui voit dans le jeu un système sémiotique exécuté par un humain, constituant la finalité du jeu. Chaque élément du jeu entre en résonance avec un autre. Du point de vue du *game design*, dans une approche centrée-mécanique, ce système sémiotique est construit par le concepteur et réside à l'intérieur du *gameplay*. Ainsi dans un cas, le sens naît de l'expérience du joueur, dans l'autre, le sens est contenu dans les mécaniques imaginées et développées par le concepteur. Dans le second cas, les mécaniques apparaissent comme les rouages d'un système global qui constitue la structure du jeu. A l'intérieur, chaque élément de jeu doit trouver sa place et se définir par rapport aux autres afin d'être intelligible pour le joueur.

Dans son article « La Rhétorique du *Gameplay* »⁴⁴, Drew Davidson propose de répertorier les mécaniques de jeu connues pour montrer comment le joueur comprend les possibilités et les limites de ses actions dans le cadre du jeu. Il n'est pas ici question d'action morale, ou philosophique, mais pragmatique pour dérouler l'histoire et se conformer à ce que le système attend de lui.

*These mechanics have rhetorical elements that serve players into the game by giving them clues and directions as to what is going on and how to proceed through the game. The gameplay mechanics are how the players play the game. The rhetorical elements are how the mechanics show players how to play.*⁴⁵

L'intérêt de cet article est d'ouvrir la voie à la notion de rhétorique. Son originalité est de la rapprocher du *gameplay*. Par l'utilisation de la rhétorique du *gameplay*, Drew Davidson s'inscrit dans la recherche de la légitimation des jeux vidéo comme objet spécifique. Cette

⁴⁴ Le concept de « rhétorique du gameplay » (*the rhetoric of gameplay*) est inspiré du concept de « rhétorique de la fiction » (*the rhetoric of fiction*) dans le livre du même titre du critique littéraire Wayne C. Booth. La rhétorique de la fiction défend la thèse que toute forme de narration est rhétorique et traite de techniques utilisées. Le texte est également une critique des théories modernes de la littérature et accorde une place considérable à l'auteur, mais aussi au lecteur qui reçoit le texte. Drew Davidson s'appuie sur ce livre pour proposer une adaptation aux jeux vidéo.

⁴⁵ D. DAVIDSON, « The Rhetoric of Gameplay », 2003, disponible sur le site de l'auteur (consulté le 30.07.15) à l'url suivant : <http://waxebb.com/writings/gamerhet.html>.

[Traduction] Ces mécaniques ont des éléments rhétoriques qui sont utiles aux joueurs durant le jeu : ils leur donnent des indices et des indications sur ce qui se passe et comment procéder dans le jeu. Les mécaniques de jeu sont le moyen de jouer le jeu. Les éléments rhétoriques sont la manière dont les mécaniques montrent au joueur comment jouer au jeu.

notion est à l'origine de plusieurs travaux : les sciences du jeu, déjà rencontrées au chapitre précédent, qui constituent un cadre au sein duquel cette recherche s'inscrit, et plus particulièrement les problèmes qui vont être abordés, et les *game design patterns* qui vont servir à questionner les utilisations de la rhétorique dans les jeux vidéo.

2.2 Les game design patterns

Sensiblement à la même période, Staffan Björk, chercheur en ludologie et en *design* d'interaction, lance le projet de création d'une bibliothèque de *game design patterns*⁴⁶. Ces modèles de conception ludique sont nés de l'absence de méthode en *game design* dans le début des années 2000, mais aussi pour revendiquer la spécificité des jeux vidéo. Ce projet correspond de très près à la rhétorique du *gameplay*, puisque son objectif est de recenser l'ensemble des mécaniques présentes dans les jeux vidéo et de les étudier en tant qu'entité relationnelle et signifiante au cœur d'un système de *gameplay*. Ces archétypes s'inscrivent comme des outils permettant d'établir un langage commun dans le champ du *game design* académique⁴⁷.

Ce langage a pour but de servir l'industrie et concerne tous les jeux vidéo. Il est centré autour des mécaniques⁴⁸ qui restent, pour Staffan Björk, abstraites. Pour pallier à cette tendance, le chercheur propose ce qu'il appelle des FADTS⁴⁹ (*Formal Abstract Design Tools*) Outils de Conception Abstraite et Formelle. L'objectif de ces outils est de permettre la description des réactions précises de l'espace de jeu au contact du joueur. La mécanique devient alors formelle, expose des situations ludiques, tout en soulevant des problèmes de *design* universels.

Pour créer ces outils, Staffan Björk, s'est inspiré de l'urbanisme de Christopher Alexander, architecte et anthropologue, qui a développé, dans les années 1970, un langage spécifique permettant de relier l'idée de bien-être, voire de bonheur à l'agencement de l'espace.

⁴⁶ Le concept de « *game design pattern* » peut-être traduit par celui de « modèle de conception ludique ». Dans le texte, le concept anglais est majoritairement conservé, par souci de clarté, car il constitue un vocabulaire technique dans le domaine de la conception vidéoludique. Cependant, il est ici défini et éprouvé dans son utilisation et ses limites.

⁴⁷ S. BJÖRK, S. LUNDGREN, J. HOLOPAINEN, « Game Design Patterns », in *Level Up: Digital Games Research Conference*, 2003, disponible en ligne (consulté le 07.08.15) à l'url suivant : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.111.96&rep=rep1&type=pdf>, p. 181.

⁴⁸ *Ibid.* p. 183.

⁴⁹ *Ibid.* p. 182.

Il faut brièvement esquisser ce langage⁵⁰ pour comprendre l'intention de Staffan Björk et l'impact de cette théorie sur les jeux vidéo. Dans le livre *A Pattern Language*, Christopher Alexander, Sara Ishikawa, Murray Silverstein, présentent un langage en schéma constituant des « modèles ». Ceux-ci sont composés d'un bloc « problème-solutions » et anticipent les conséquences de leur utilisation pouvant engendrer d'autres problématiques génériques⁵¹. Si le modèle est abstrait, les très nombreuses situations abordées par l'urbaniste sont, elles, très concrètes – deux cent cinquante-trois au total. A ce sujet, les auteurs soulignent bien que les différents modèles ne doivent présenter que les éléments invariables du problème, les solutions, elles, doivent rester flexibles et adaptées en fonction de chaque situation concrète. Les modèles sont comparés à des poèmes car leur fonction est de parvenir à trouver l'équilibre entre l'individu et l'espace qui l'entoure⁵². Ils sont donc porteurs de sens, à la manière de blocs de mots que l'urbaniste va pouvoir assembler.

Ce traité d'urbanisme, ayant pour finalité l'émancipation des individus, les invite à se saisir de ces modèles pour être concepteurs de leur propre vie, de leur maison, de leur intérieur, mais aussi à plus grande échelle, pour participer à la communauté en s'investissant dans leur quartier, leur ville, ou leur pays. *A Pattern Language* dépasse donc la simple sphère fonctionnelle et s'inscrit comme une utopie proposant des outils pour se saisir de l'espace public. Finalement, la création de ce langage vise à traiter d'une problématique plus globale sur la manière dont l'espace interagit avec les individus en toute autonomie. Ainsi, avec les modèles proposés, c'est un idéal de bonheur que décrit Christopher Alexander. Selon lui, l'architecture et l'urbanisme sont dotés de caractéristiques métaphysiques. Leur potentiel est de créer une qualité indescriptible pour les individus, une évidence de bien-être. Etre bien installé sur un oreiller, un livre sur les genoux, avec un thé fumant à portée de main, fait partie de ce qu'il nomme une « qualité sans nom »⁵³.

Les modèles fonctionnent en réseau. Ils sont interconnectés les uns aux autres et sont constitués globalement d'une image illustrant un archétype, d'un paragraphe introductif posant un contexte et une participation à d'éventuels modèles plus grands, et ainsi que la description

⁵⁰ Il n'est pas ici question de rendre compte de l'ensemble conséquent du travail de Christopher Alexander, ni d'épuiser la théorie des modèles, mais seulement d'en présenter l'idée générale. Un travail de parenté plus poussé entre game design patterns et le langage de l'urbaniste reste encore à faire.

⁵¹ C. Alexander, S. Ishikawa, M. Silverstein, *A Pattern Language*, New York, Oxford University Press, 1977, p. x.

⁵² *Ibid.*, p. xli.

⁵³ C. ALEXANDER, *The Timeless Way of Buildings*, USA, Library of Congress, 1979, p. 33.

d'un problème. Le cœur de ce schéma est la proposition d'une solution physique et sociale. Enfin, celui-ci expose les relations qu'il entretient avec d'autres modèles. Ce langage proposé par Christopher Alexander a eu une influence notable dans le domaine des jeux vidéo. Il a d'abord été récupéré en informatique comme manière de poser et de résoudre des problèmes génériques sous le nom de « *design pattern* ». Staffan Björk s'en est ensuite emparé pour recenser les mécaniques de *gameplay* et aborder des problèmes de *design* dans les jeux vidéo. Il ne s'agit plus ici d'architecture au sens de Christopher Alexander, mais, au sens informatique, d'un système d'éléments ludiques intelligents ou actionnables reliés entre eux. Les *game design patterns* sont un outil de codification de connaissance en *game design* qui dans leur description isolent mais, aussi, anticipent toutes les connexions possibles des éléments de jeux comme le montre leur modèle ci-dessous.

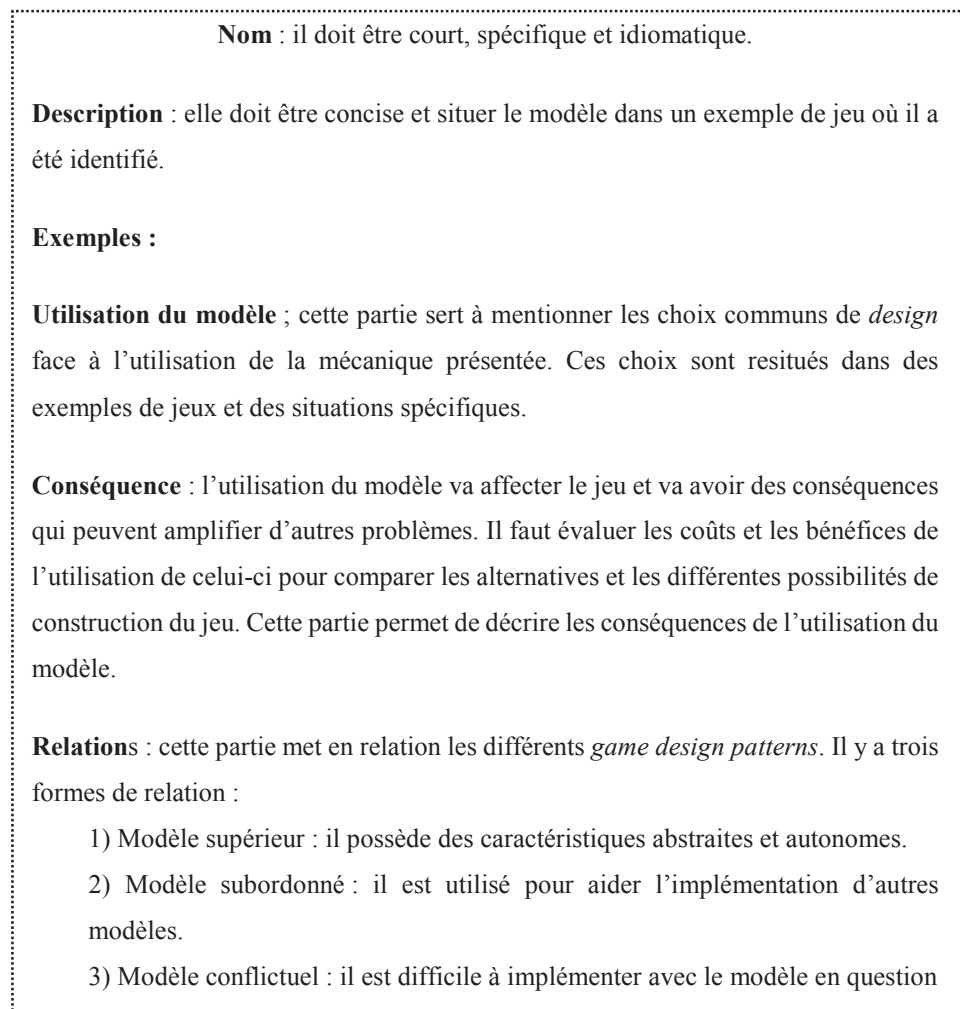


Figure 5.10 Forme du *game design pattern* de Staffan Björk

2.3 L'exemple du game design pattern de l'ennemi

Afin de ne pas rester sur une définition abstraite et pour toucher l'aspect formel et fonctionnel de l'outil proposé par Staffan Björk, prenons un exemple, celui du *game design patterns* des « Ennemis »⁵⁴, un modèle très utilisé dans les jeux vidéo. Les ennemis sont définis comme des éléments du jeu qui viennent empêcher le joueur d'atteindre ses objectifs. Ils sont utilisés pour générer des obstacles dans le monde du jeu. En utilisant le modèle de l'ennemi, il est possible de jouer sur la complexité du jeu et le niveau de difficulté. Les ennemis peuvent structurer la narration en guidant le joueur, être placés stratégiquement, etc. Les conséquences de l'utilisation de l'élément « ennemi » sont : l'orientation du joueur vers des buts, le combat, la volonté de vaincre. Les ennemis engendrent naturellement le conflit et la compétition car ils menacent le joueur de faire perdre, à son avatar, une partie de sa vie ou de ses ressources. Ils nuisent également à sa progression dans l'environnement.

Si les descriptions des modèles sont riches d'exemples et de situations, utiles à tout concepteur de jeux vidéo, il manque une dimension fondamentale à cette bibliothèque : une dimension critique où la rhétorique ne serait pas analysée uniquement de ce point de vue fonctionnel et pragmatique. Par exemple, ce modèle de l'ennemi, présent dans de nombreux jeux vidéo, peut faire l'objet d'une analyse critique dans la mesure où il est susceptible d'être vecteur d'idéologèmes. Pour resituer ce *game design pattern* dans une totalité, le projet de mythologie des jeux vidéo – en référence aux thèses de Roland Barthes, de Laurent Trémel, docteur en sociologie, spécialiste des pratiques culturelles ludiques et de Tony Fortin, directeur des ouvrages *Les Cahiers du Jeu Vidéo* – est essentiel. Celui-ci analyse comment les jeux vidéo sont porteurs de mythes contemporains⁵⁵. Dans l'article « L'idéologie des jeux vidéo » Tony Fortin analyse la figure de l'ennemi comme celle d'un faire-valoir des sociétés occidentales. Que ce soit dans les FPS ou les jeux de stratégies⁵⁶, la plupart des jeux vidéo manifestent un « différentialisme » qui démontre le manque de diversité culturelle. Les FPS placent la figure

⁵⁴ S. BJÖRK, « Gameplay Design Pattern Collection », disponible en ligne (consulté le 03.08.15) à l'url suivant : <http://129.16.157.67:1337/mediawiki-1.22.0/index.php/Enemies>.

Pour une description plus détaillée du modèle, se référer à l'Annexe *Figure A.8 Extrait du game design pattern de l'Ennemi*, p. 495.

⁵⁵ L. TREMEL, T. FORTIN, *Mythologies des jeux vidéo*, Paris, Le Cavalier Bleu, 2009.

⁵⁶ L. TREMEL, T. FORTIN, « Les jeux de civilisation : une représentation du monde à interroger », in. *Les jeux vidéo : pratiques, contenus et enjeux sociaux*, collectif sous la direction de T. FORTIN, P. MORA, L. TREMEL, Paris, L'Harmattan, 2005, p. 159.

de l'« étranger » sous le signe de l'agressivité, dont les différences sont inassimilables⁵⁷. L'ennemi est caractérisé comme celui qui s'oppose au système de croyances idéologiques du personnage principal, à son espèce, ou bien encore à sa nation. Celui-ci, figure contemporaine du héros, est bien souvent d'origine américaine, blanc, dans la trentaine et de sexe masculin⁵⁸. Or l'ennemi peut aussi s'incarner dans des pièges ou tout simplement dans le système de jeu, il peut aussi être absent, fruit de l'imagination du joueur.

Pour prendre un exemple récent de ce différentialisme, il est possible de citer le jeu coopératif *Evolve* du studio Turtle Rock Studio en 2015, créé par Mike Booth et d'anciens concepteurs de *Left For Dead* (Valve, 2008), un autre FPS multijoueur opposant quatre joueurs à des hordes d'humains « infectés » dont certains sont devenus des monstres.

Figure 5.11 De gauche à droite : un infecté commun, et deux autres ennemis plus forts, un « smoker », un « tank », *Left For Dead*



Dans *Evolve*, le joueur fait partie d'une équipe de quatre chasseurs⁵⁹. Il incarne un colon de la planète Shear qui doit permettre une solution de substitution à la Terre. La végétation est luxuriante, les environnements encore sauvages malgré les premières structures humaines qui commencent à apparaître. Le problème est que cette planète est peuplée de monstres extrêmement agressifs. Chaque partie oppose les quatre joueurs à un jeune monstre qui peut être incarné par un joueur ou par une Intelligence Artificielle. Ce monstre va pouvoir évoluer

⁵⁷ T. FORTIN, « L'idéologie des jeux vidéo », in *Le Grand jeu, débats autour de quelques avatars médiatiques*, collectif sous la direction de N. SANTOLARIA et L. TREMEL, Paris, Puf, 2004, pp. 51-53.

⁵⁸ Sur ce point, Stephen Kline, dans son livre *Digital Play*, analyse les jeux vidéo comme mettant en scène le « masculin militarisé », faisant référence aux origines militaires des jeux vidéo qui s'exportent sur des thématiques liées à la guerre mais cherchent à atteindre une cible masculine. La question du genre n'est pas développée ici. Elle constitue un champ important des recherches sur les jeux vidéo, notamment du point de vue de leur représentation. Les héroïnes féminines restent rares et stéréotypées par l'exagération d'attributs sexuels, ou par l'ajout de caractéristiques masculines : force physique, armes à feu, combats. Rares encore sont les modèles féminins, jouables ou non jouables, qui travaillent cette question. Un exemple de cette évolution est le jeu *Gone Home* précédemment cité au chapitre 1.

⁵⁹ Les quatre premiers personnages jouables font état d'une parité en présentant deux hommes et deux femmes, de différentes nationalités.

en fonction de trois stades le rendant de plus en plus grand et de plus en plus fort. La majorité de la flore et de la faune est hostile aux joueurs-chasseurs.



5.12 Image marketing du jeu *Evolve*, Turtle Rock Studio, on peut y lire « Bât toi pour la planète. A l'intérieur de l'arène, un seul survit. »

Sans plus entrer dans les détails, les éléments déjà cités sur le contexte du jeu permettent de traiter de ce différentielisme soulevé par Laurent Trémel et Tony Fortin. En effet, les joueurs sont confrontés à une guerre des espèces pour vivre sur la planète Shear. Si le système de jeu permet au joueur d'incarner le monstre et de s'y identifier, celui-ci ne laisse en revanche aucune possibilité aux joueurs de ne pas s'entretuer. S'il leur venait à l'idée d'être pacifiste et d'essayer de vivre ensemble, le système de jeu, lui, deviendrait punitif, conduisant à la perte – au *game over* – de l'équipe de chasseurs et du monstre. Pourtant, ne devrait-il pas plutôt saluer cette cohabitation inter-espèce d'une victoire ? L'ennemi, selon le point de vue du joueur, est toujours inassimilable. Il est alors possible de distinguer les deux versants d'une même pièce : le réveil de l'instinct colonisateur de l'homme mais aussi son besoin de similarité enseigné par ce *game design pattern*. Pour brièvement développer ce dernier point, la question de l'Alien apparaît dans *Evolve* sans aucune symbolique : l'autre est un monstre. Roland Barthes, dans son livre *Mythologie*, traite de la question du Martien – que l'on peut ici rapprocher d'*Evolve*⁶⁰ – et de son apparition dans les mythes contemporains lors de la guerre froide. Le Martien, selon le philosophe, apparaît comme une instance supérieure, venue du ciel, capable de juger l'espèce humaine. Bien qu'il puisse être craint, comme le montrent les romans d'anticipation, celui-ci présente de nombreux points de convergence avec les humains : le Martien a connu une guerre

⁶⁰ Il est possible de soulever une inversion des rôles dans les imaginaires : ici, le martien ce n'est plus celui qui surveille ou envahit la Terre, mais c'est celui que l'on colonise et tue.

des religions, est géographe, et a connu sensiblement le même développement civilisationnel que le nôtre, dans les imaginaires. Cette similarité traduit un « anthropomorphisme de classe »⁶¹.

Mars n'est pas seulement la Terre, c'est la Terre petite-bourgeoise, c'est le petit canton de mentalité, cultivé (ou exprimé) par la grande presse illustrée. A peine formée dans le ciel, Mars est ainsi alignée par la plus forte des appropriations, celle de l'identité.⁶²

Cette question de la similarité reflète celle de la différence et traduit la fonction importante du fantasme de « colonisation » qui est assouvi dans les jeux vidéo, et qui constitue, comme il a été vu dans le chapitre 1, l'espoir d'un nouveau monde aux espaces dématérialisés, un concurrent direct à la conquête spatiale.

Cette thématique de la colonisation permet d'approfondir l'analyse du *game design patterns* de la figure de l'ennemi. Pour Henry Jenkins et Mary Fuller, dans un dialogue retranscrit en 1995, « *Nintendo® and New World Travel Writing* »⁶³, les jeux vidéo illustrent une logique colonialiste. On la retrouve dans des endroits souvent insoupçonnés, comme les jeux *Mario* créés par Shigeru Miyamoto au sein du studio Nintendo. Le joueur est alors comparé à un « conquistador » découvrant les Amériques.

« [Le joueur] prend le contrôle d'un environnement de prime abord inconnu et hostile. Comme dans la conquête des explorateurs, le déplacement dans l'espace est le moteur de jeu. En progressant dans le jeu, le joueur accède à de nouveaux tableaux, investis par des indigènes virtuels (des plantes, des champignons, des tortues) qu'il s'agit de neutraliser pour exploiter les ressources (pièces d'or). »⁶⁴

En effet le jeu *Mario*, dont il est question dans le texte, est un jeu de plateforme⁶⁵. La particularité, soulevée par les auteurs, est qu'il déploie un environnement qui n'est pas hostile de prime abord. Les différents personnages qui y habitent, comme les tortues et les champignons, ne sont pas dotés d'une Intelligence Artificielle qui les pousse à attaquer le

⁶¹ R. BARTHES, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957, p. 42.

⁶² *Ibid.* p. 42.

⁶³ M. FULLER, H. JENKINS, « *Nintendo® and New World Travel Writing* », in. *Cybersociety : Computer-Mediated Communication and Community*, Steven G. Jones, Thousand Oaks : Sage Publication 1995, pp. 57-72.

⁶⁴ L. TREMEL, T. FORTIN, *Mythologie des jeux vidéo*, pp. 29-30.

⁶⁵ Il existe une grande variété de jeux autour du personnage Mario et de son univers. Tous les Mario ne sont pas des jeux de plateforme : il existe des jeux de course, de combat, des *party games* (jeux de plateaux vidéoludiques où chaque case propose des mini-jeux de natures différentes aux joueurs), etc.

joueur. Ces éléments effectuent leur routine sans détecter la présence du joueur. Ces éléments sont pourtant nocifs. Si le joueur les heurte, son avatar perd une partie de sa vie. Il suffirait donc d'éviter de toucher ces éléments pour continuer son chemin. Pourtant, le système de jeu les désigne comme ennemis puisqu'ils ont pour conséquence d'ôter partiellement de la vie à l'avatar du joueur. Egalement, le système de jeu pousse à leur élimination puisqu'en tuant ces ennemis, le joueur gagne des points.

On peut retrouver cette tendance sur les images *marketing* par exemple du *New Super Mario Bros* sur la Nintendo DS sortie en 2006 où la thématique colonialiste atteint son paroxysme. Mario est mis en scène comme conquistador titanesque qui détruit tout sur son passage. La métaphore de la colonisation et de la conquête de l'espace ludique deviennent littérales dans cette image et dans la mécanique de *gameplay* associée : le joueur en contrôlant Mario peut trouver dissimulé dans le décor un champignon géant le rendant gigantesque et invincible. Mario traduit l'excès et la démesure tant par sa forme que par l'addition de superlatifs de ce « Super » Mario, qui arbore un trop plein de plaisir, que l'on retrouve dans l'un des slogans du jeu « *Too Much Fun* »⁶⁶ (trop de plaisir).



Figure 5.13 *New Super Mario Bros*, Shigeyuki Asuke, Nintendo, 2006

⁶⁶ Il s'agit du slogan de la version canadienne.

Ce mythe de la colonisation est pour, Laurent Trémel et Tony Fortin, « naturalisé au travers des mécaniques de jeu ». Selon eux, les jeux vidéo ne sont que le reflet d'images et de mécaniques de l'idéologie néocapitaliste et néolibérale. S'ajoutent, à cette colonisation et à cet expansionnisme, les valeurs d'économie du marché, de division du travail, d'ethnocentrisme, d'individualisme, de culte du moi, et de consommation⁶⁷.

Si le travail de Staffan Björk sur les modèles de conception ludique ne manque pas d'intérêt et s'inscrit dans une logique d'adaptabilité pour générer des idées, analyser les jeux, identifier et résoudre des problèmes de *design*, ceux-ci se dissocient de leur origine première qui s'inscrit dans une réflexion politique. De l'ambition de Christopher Alexander du bien-être des citoyens, les *game design patterns* traitent du bien-être du joueur, voire d'une simple question de repère et de compréhension de la fonction d'un élément dans l'espace de jeu. A ce travail ambitieux, dont l'utilité n'est ici nullement dépréciée, il manque la dimension sémiotique que les mécaniques transcrivent une fois qu'elles sont considérées, là encore, dans une totalité. En effet, les jeux vidéo doivent être eux-aussi réintégrés dans un ensemble plus large que leur propre système, comme objet culturel participant symboliquement d'une culture, se faisant tant le reflet que les acteurs de valeurs idéologiques.

Les modèles de conception ludique, fruit de la conception d'œuvres essentiellement industrielles et *mainstream* s'inscrivent dans des représentations formelles et structurelles que l'on peut qualifier d'aliénées, par rapport au schéma des figures du *game designer*. Adoptés, réutilisés, perpétués, ils colonisent à leur tour les jeux vidéo et les standardisent, tout en offrant une rationalisation toujours plus grande des processus créatifs. Ils en deviennent des recettes applicables, qui ne font plus l'objet de réappropriation, alors qu'il s'agissait pourtant de l'objectif premier de Staffan Björk. Sans être des « *dark patterns* »⁶⁸ (des modèles nuisibles), bien souvent les modèles de conception ludique conditionnent plus qu'ils inspirent les jeux

⁶⁷ T. FORTIN, « L'idéologie des jeux vidéo », *op. cit.*, p. 49.

⁶⁸ J. P. ZAGAL, S. BJÖRK, C. LEWIS, « Dark Patterns in the design of games », publié lors des *Foundations Of Digital Games*, 2013, disponible en ligne (consulté le 07.08.15), à l'url suivant : http://www.fdg2013.org/program/papers/paper06_zagal_etal.pdf. Les *dark patterns*, qu'il est possible de traduire par « modèles nuisibles », sont des modèles dont l'intention est volontairement de nuire au joueur. La plupart du temps ces modèles sont actifs contre les intérêts des joueurs (ou des utilisateurs) et cherchent à se passer de leur consentement. Ils sont non-éthiques et ont pour objectif la manipulation. Parmi ces modèles on retrouve la nécessité de payer pour passer un niveau, pour accéder à la fin du jeu, ou en appuyant sur des ressorts motivationnels de compétition. Le jeu peut également utiliser des données de joueurs « amis » et inventer des actions pour inciter à les reproduire, etc.

vidéo, alors qu'ils sont suffisamment souples pour laisser place à l'inventivité du concepteur. Dans leur application automatisée, la dimension symbolique qui se love dans ces mécaniques est oubliée. Les jeux vidéo deviennent alors des « fabriques de consentement »⁶⁹ compte tenu de leur ample diffusion, dans la sphère du divertissement mais aussi dans la vie de tous les jours car il ne faut pas oublier que ce sont eux qui inspirent les produits de la *gamification*. La rhétorique du *gameplay* s'accompagne donc d'une rhétorique d'un tout autre genre que l'on aurait tort d'ignorer.

La mécanique de « l'envers du décor »⁷⁰

Si l'étude de la mécanique « Aspiration » du jeu *Les Sims* a précédé le propos, il est nécessaire de continuer d'analyser les mécaniques constitutives du projet afin de révéler la rhétorique qui s'y manifeste et de la travailler depuis une intention dialectique. Pour tenter de s'orienter vers une utilisation des *game design patterns* depuis l'horizon du concepteur éclairé, ce sont leurs sens et leurs idéologèmes qu'il faut prendre en considération. La création en cours propose d'observer la bibliothèque de Staffan Björk pour repérer les mécaniques envisagées, mais cette fois-ci avec une orientation critique.

Le modèle de l'ennemi, par exemple, est représenté dans mon projet de manière peu conventionnelle en comparaison des autres jeux vidéo. Celle-ci s'incarne dans le premier système de jeu de la *gamification*. Cette boucle développée au chapitre 3 (Cf. figure 3.34) soutient les rouages bien huilés de l'idéologie néolibérale. L'ennemi y est séducteur et addictif, en fin de compte toxique pour le joueur, figure de l'individu contemporain, alors enfermé dans un monde dépolitisé, individualiste, fait de petites jouissances et d'un mode d'être et de penser vénal. C'est donc ce système de jeu stimulant et divertissant que le joueur peut expérimenter mais aussi « combattre ».

⁶⁹ Il est ici fait référence aux propos de Tony Fortin : « En incorporant ces valeurs [néolibérales pour l'essentiel], de jeu en jeu, dans notre vie à tous, ces produits ludiques fabriquent du consentement » rapportés dans l'article « Les jeux vidéo, joujoux idéologiques » de Catherine Vincent, in. *Le Monde*, paru en 2013, disponible en ligne (consulté le 02.08.15) à l'url suivant : http://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/20/les-jeux-video-joujoux-ideologiques_4337497_3246.html. Ce propos n'est certainement pas sans référence à l'ouvrage de Noam Chomsky et Edward S. Herman, *La Fabrication du Consentement, De la propagande médiatique en démocratie*, selon qui les médias américains jouent le rôle de propagandiste.

⁷⁰ Afin de différencier la mécanique proposée ici du titre du jeu *L'Envers du Décor*, le titre apparaît tout au long de la thèse en italique et la mécanique entre guillemet.

L'ennemi n'est pas seulement incarné dans la représentation de ce système, il est aussi indissociable des personnages incarnés par le joueur. En effet, chaque jauge d'aspiration participe du fonctionnement de la structure de jeu illustrant la *gamification*. Elles contraignent le personnage à agir en accord avec la société du jeu total, tant dans la fiction que dans le réel ; le joueur est invité à exécuter des actions qui lui ont été inculquées depuis son plus jeune âge et ses premiers jeux. Ainsi, une jauge qui se vide, doit être remplie. Et encore plus, si des rétroactions – sons d'alerte, lumières connotées annonçant un danger – semblent lui indiquer la négativité d'une telle conséquence. La jauge d'aspiration qui s'affiche dans l'interface tant du joueur que du personnage⁷¹ fictif incarné, joue le rôle d'un média de propagande créant l'anxiété du joueur et le stimulant à rester enfermé dans les carcans de la société du jeu total qui se déguisent sous un idéal de liberté. Cependant, l'ambition de ce projet n'est pas d'enfermer le joueur. Bien au contraire, il s'agit de le faire voyager dans une réflexion critique et fictionnelle dont l'objectif est de rompre avec l'absence d'alternative.

Dans la conclusion du chapitre précédent, le projet s'est révélé comme une « boîte » à l'intérieur de laquelle le joueur se trouve enfermé. Celle-ci est représentative des carcans idéologiques et de l'emprise aliénante que la société du jeu total peut avoir sur les esprits. Dans le chapitre 3, l'idée a été avancée que chaque niveau devait à la fois se faire le portrait critique des valeurs de la *gamification*, mais aussi témoigner d'une contre-valeur s'incarnant dans un espace à l'abri du regard idéologique. L'idée de « contre-valeur » induit celle de « contre-espaces » qui puissent être dissimulés dans l'environnement général du jeu. La boîte dans laquelle le joueur semble emprisonner fait aussi référence au film *The Truman Show* où la vie du personnage bascule petit à petit en apercevant l'envers de l'émission de télé-réalité à laquelle il participe à son insu.

Ici, à la place d'une émission ce sont les cadres fictionnels vidéoludiques tels qu'ils sont utilisés dans la *gamification* qui doivent apparaître. Ce sont ses mécanismes et le mode de vie qu'elle engendre qui doivent se manifester dans le jeu sous un autre regard de la part du joueur. Dans le film, les indices, qui conduisent le protagoniste principal à douter du système de représentation dans lequel il est immergé, sont des ouvertures incongrues qui vont le pousser à

⁷¹ Par soucis de clarté, cette note sert à rappeler que les habitants de la société du jeu total portent des lunettes apposant un filtre technologique et ludique devant les yeux des personnages dans le jeu. Ainsi la jauge d'aspiration, les points, les badges sont tous issus de l'interface qui est diégétique, c'est-à-dire contextualisée dans l'univers du jeu.

se questionner. Mais c'est la collision contre les limites de l'espace de son monde qui constitue le point de non-retour, le guidant vers la porte de sortie.

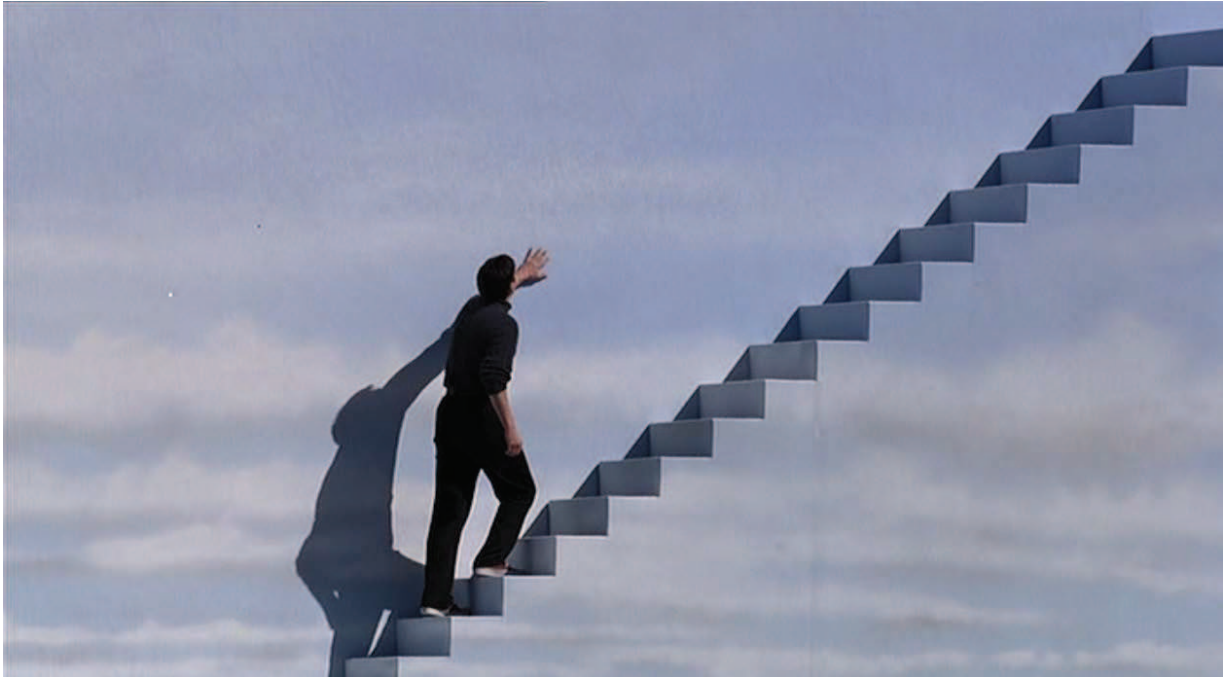


Figure 5.14 The Truman Show, Peter Weir, 1998

Dans le Quartier du Maître Hasard – le principe reste le même dans les autres niveaux également – après l'ennui, le joueur va connaître un état transitoire qui doit le conduire vers un contre-espace. Pour y accéder, il va falloir créer une ouverture conduisant à « l'envers du décor ». Dans cette ville fictive qui enferme le joueur, c'est sur la collision qu'il faut s'attarder. En effet en revenant sur la construction de cet espace fictif et sur le façadisme, c'est au développeur et au concepteur de décider des possibilités d'action du joueur. La collision anticipe la relation physique entre le joueur et les éléments du jeu. Si ces derniers possèdent un élément de collision (*collider*), aucun objet du jeu, possédant les mêmes caractéristiques, ne peut passer à travers eux (*Cf. figures 5.15 et 5.16*). Cet élément dessine simplement une forme solide autour de la caméra, vue à la première personne, que l'utilisateur actionne en se déplaçant dans l'univers du jeu. Cet élément de collision possède des formes prédéfinies⁷² – carré, cylindre, sphère, etc. – qui vont délimiter le contour souhaité du personnage joué.

⁷² Il existe aussi la possibilité de créer des éléments de collision dont la forme va prendre celle de l'objet modélisé, donc éventuellement plus complexe que celle prédéfinie.

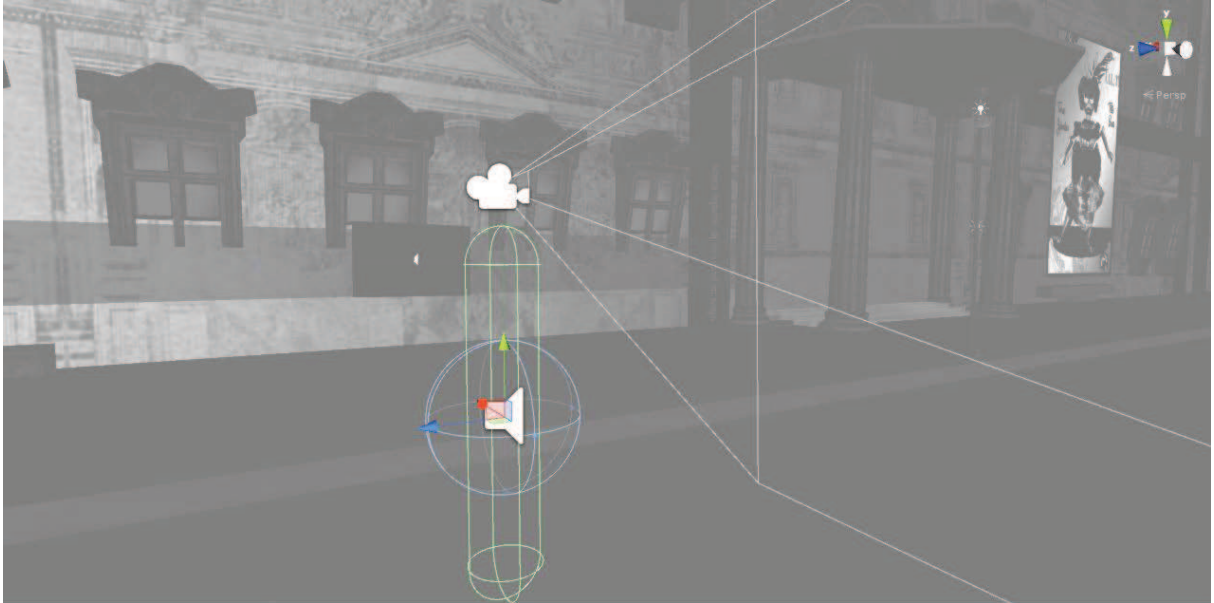


Figure 5.15 Capture d'écran de la scène principale du prototype mettant en avant le personnage contrôlé par le joueur. On peut distinguer la caméra au niveau de la tête ainsi que le cadre projeté de ce que voit le joueur à l'écran, une source audio permettant de jouer du son, notamment les bruits de pas du personnage, et en vert l'élément de collision en forme de cylindre (« cylinder collider ») qui dessine le contour du personnage.

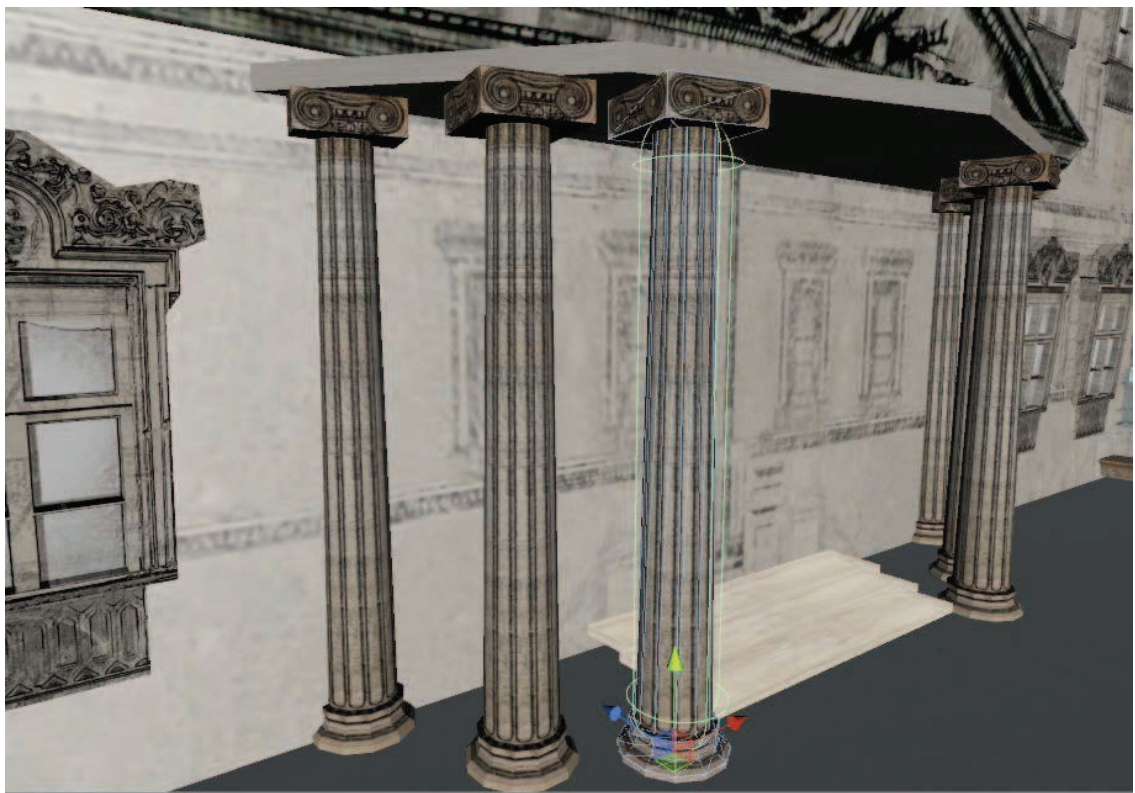


Figure 5.16 Capture d'écran de la scène principale du jeu, où l'on peut voir plusieurs colonnes. Celle sélectionnée laisse apparaître en vert l'élément de collision qui définit la zone à laquelle le joueur se heurte.

Dans la bibliothèque de Staffan Björk, un *game design pattern* est lié aux collisions dans les jeux vidéo, celui des « Murs Invisibles (*Invisible Walls*)⁷³. Sa définition trouve des occurrences avec mes intentions : il s'agit d'un obstacle dans l'univers du jeu. Il bloque le mouvement et l'avancée du joueur mais pas sa vision. Les murs invisibles donnent l'illusion d'un espace plus vaste et sont utilisés pour des raisons de production, afin de compartimenter le *gameplay*, bloquer des zones temporairement, ou bien tout simplement pour délimiter l'espace. Afin d'illustrer ce modèle voici comment apparaît un Mur Invisible dans *Tomb Raider*, du studio Square Enix, en 2013.



Figure 5.17 Capture d'image du jeu Tomb Raider du Studio Square Enix, 2013



Figure 5.18 Même capture d'image avec mise en évidence du Mur Invisible en bleu

⁷³ S. BJÖRK, « Gameplay Design Pattern Collection », *op. cit.* : http://129.16.157.67:1337/mediawiki-1.22.0/index.php/Invisible_Walls.

Pour une description plus détaillée du modèle, se référer à l'annexe Figure A.9 Extrait du game design pattern des Murs Invisibles, p. 496.

Cet effet pose une toile de fond, un décor fictif, que le joueur ne peut jamais visiter. Celui-ci se confronte la plupart du temps à un mur non visible à l'œil nu mais qui dispose d'un *collider*. Au loin des éléments 3D sont disposés, voire parfois même de simples images 2D apposées sur des plans donnant une illusion totale de profondeur.

Ces murs invisibles et les illusions d'étendues ne sont pas un procédé unique qui n'existerait que dans les jeux vidéo. On peut déjà noter l'utilisation de fond vert au cinéma pour de nombreux effets spéciaux et décors, mais son origine est encore plus ancienne. Paul Sztulman, théoricien de l'art à l'Ecole Nationale Supérieure des Arts Décoratifs dans son article « Décor, Mon Beau Souci » souligne l'importance du décor dans les jeux vidéo.

En construisant des univers simulés, aptes à accueillir l'évolution d'un avatar dirigé du « dehors », les jeux vidéo proposent de suivre une histoire en explorant le milieu de fiction où elle se déploie.

De là l'importance du décor. Souvent considéré comme une toile de fond qui situe et limite l'action, il peut aussi s'intégrer à elle, si ce n'est la définir. Le décor peut être conçu comme une aire de jeu (*Portal 2*) ou comme le cœur du récit générant et modifiant le cours de l'histoire (*Myst*).⁷⁴

Dans ce texte, c'est bien la narration environnementale qui se dessine comme spécificité du jeu vidéo. En effet, l'espace joue un rôle essentiel dans la construction du jeu, de son sens, mais aussi de son histoire, comme il est vu au chapitre 8. En cherchant à resituer le jeu vidéo dans l'histoire de l'art, c'est finalement dans l'art du paysage que Paul Sztulman voit le plus d'affinités. Selon lui, il s'est développé à la fois dans les tableaux de l'art moderne et dans l'art des jardins qu'il caractérise de « pays d'illusion »⁷⁵. Cette formulation n'est certes pas sans rappeler les parcs d'attractions et leur affiliation avec les expositions universelles. Ainsi il fait référence au procédé du « ha-ha » (ou « saut-de-loup ») créé par Lancelot « Capability » Brown, paysagiste anglais, considéré comme une figure artistique du 18^e siècle. Cet effet nommé ainsi par les exclamations qu'il suscitait⁷⁶, consistait à concevoir « des fossés invisibles qui marquaient la limite du parc en donnant l'illusion qu'il se poursuivait dans le lointain et que

⁷⁴ P. SZTULMAN, « Décor, mon beau souci », in. *Art Press* 2 n°28, Paris, Février-Mars-Avril 2013, p. 44.

⁷⁵ Paul Sztulman emprunte la formule à Jurgis Baltrusaitis, « Jardin et pays d'illusion », in. *Aberrations, essai sur la légende des formes*.

⁷⁶ La légende attribue l'expression au fils de Louis XIV qui dans les jardins de Meudon se retrouva au bord du fossé près d'une ouverture de mur. *Dictionnaire des dates, des faits, des lieux et des hommes historiques*, sous la direction de M. A.-L. D'HARMONVILLE, entrée « Ah ! Ah », Paris, Alphonse Levasseur et Cie, 1842, p. 63.

la nature dans son ensemble devenait un jardin »⁷⁷. Ne prenant pas toujours la forme d'un fossé, par extension, le « ha-ha » signifie aussi un chemin qui est brusquement interrompu, empêchant le passage d'un assaillant, mais aussi d'animaux nuisibles. Selon Paul Sztulman, cet effet est très utilisé dans les jeux vidéo : il donne l'illusion au joueur d'un terrain de jeu immense par des effets de perspective. « L'avatar se cogne à une vitre invisible derrière laquelle le paysage se poursuit comme une toile de fond »⁷⁸.



Figure 5.19 « Ha-Ha » versaillais (auteur inconnu) et schéma du principe

L'effet « ha-ha » est très proche du *game design pattern* des « Murs Invisibles » dont l'origine peut être ainsi identifiée dans l'art des jardins du 18^e siècle. On le retrouve dans la figure 5.16 mettant en scène Lara Croft au bord d'un fossé dans lequel elle ne peut pas tomber. Elle ne fait que se heurter à ce mur invisible.

Pour revenir à la description que donne Staffan Björk des « Murs Invisibles », il est important de connaître la relation que le joueur entretient avec cette mécanique visant à l'empêcher de se rendre à certains endroits du jeu. Selon l'auteur, celui-ci est conscient de sa présence, d'ailleurs de nombreux joueurs essaient fréquemment de passer derrière. En d'autres termes, les joueurs cherchent l'au-delà du mur invisible c'est-à-dire une brèche qui leur permettrait de passer de l'autre côté. La conséquence des murs invisibles est de limiter comment le joueur peut bouger à l'intérieur de l'espace de jeu. Ils donnent l'illusion d'une liberté qui se perd rapidement lorsque le joueur entre en collision avec eux. Cette curiosité du joueur, cherchant à explorer le jeu dans ses limites, est particulièrement intéressante et témoigne ici

⁷⁷ P. SZTULMAN, *op. cit.*, p. 47.

⁷⁸ *Ibid.* p. 47.

d'une pratique ludique qui peut permettre la création d'une mécanique riche de sens, pour dévoiler des contre-espaces critiques que le premier système de jeu, celui de la *gamification*, cherche à dissimuler au joueur.

Le mur ne prend pas toujours l'allure d'une vitre. Il peut devenir un objet physique et visible dissimulant dans son envers cet de l'« *Out of Bound* » littéralement l'« en dehors des limites ». Il désigne une aire d'un niveau qui n'a pas pour intention d'être jouable. On la retrouve dans les *speedrun*⁷⁹ mais aussi dans les MMORPGs. Visible ou invisible, de nombreux joueurs sont à la recherche de cette brèche permettant de voir les coulisses interdits du jeu. Cette attitude ludique des joueurs s'inscrit dans un esprit de détournement. Ainsi, pour comprendre en quoi consiste l'en dehors des limites, il est nécessaire d'observer directement les pratiques de joueurs, telles qu'on peut les retrouver sur les vidéo disponibles en ligne. Dans celles-ci, les joueurs cherchent la brèche, scrutent le bord du mur, effectuent quelques manipulations jusqu'à, peut-être, trouver un passage les conduisant dans l'envers du décor. Une fois passé de l'autre côté du mur, le joueur peut découvrir un espace fragmenté⁸⁰, qui met à nu tous les artifices vidéoludiques en révélant sa construction.

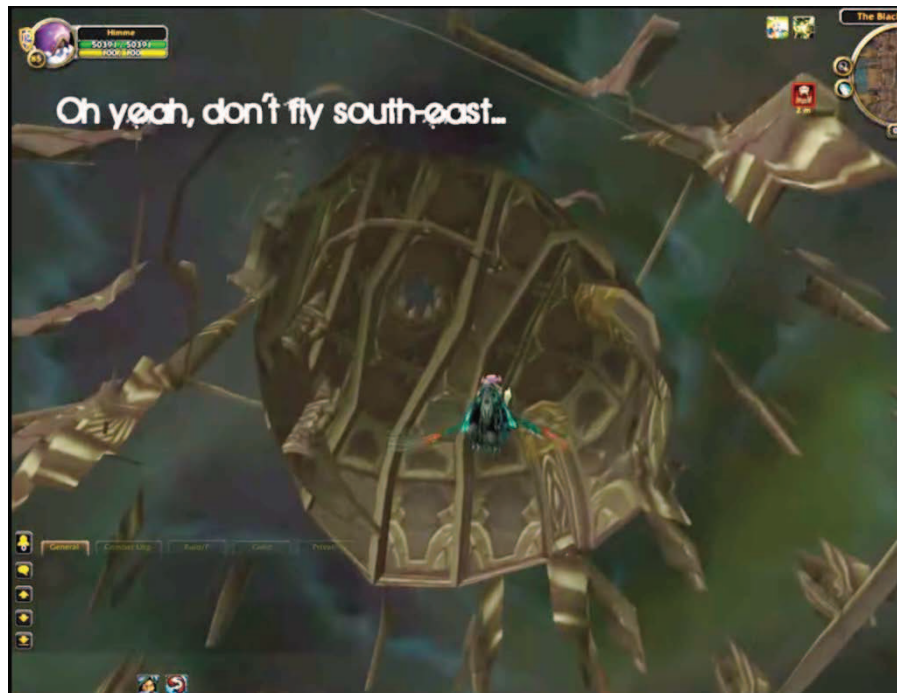


Figure 5.20, *Out Of Bound* sur lequel on peut voir l'envers du décor fragmenté, *World of Warcraft*, disponible en ligne (consulté le 03.08.15) à l'url suivant <https://www.youtube.com/watch?v=YhMSfZGvVPs>

⁷⁹ Le *speedrun* est une pratique du jeu vidéo particulière qui consiste à terminer le jeu le plus rapidement possible. Pour cela, le joueur doit connaître des raccourcis qui très souvent se révèlent à la manière de *bug* de collision dans les décors du niveau, soit par de l'*Out of Bound*. Ces performances ludiques sont alors enregistrées et diffusées. Il existe une grande communauté de joueurs et de spectateurs de cette pratique.

⁸⁰ Cet effet de fragmentation est dû à la construction d'objet 3D en fonction de la face visible aux joueurs, l'autre face n'étant pas destinée à être vue n'est pas construite.



Figure 5.21, Out Of Bound disponible en utilisant un code pour tricher, on peut y voir l'envers du décor fragmenté, Rayman 2, disponible en ligne (consulté le 03.08.15) à l'url suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=Fn-l7OFccm0>



Figure 5.22, Out Of Bound sur lequel on peut voir un trigger⁸¹ en blanc et rose, World of Warcraft, disponible en ligne (consulté le 03.08.15) à l'url suivant <https://www.youtube.com/watch?v=YhMSfZGvVPs>

⁸¹ Un *trigger* en informatique désigne le déclenchement d'un événement qui exécute un script.

Au observant cette pratique du joueur qui cherche à accéder à l'envers du décor, et de son affiliation avec le modèle de conception ludique des « Murs Invisibles », celle-ci apparaît comme un détournement. En effet le mur invisible rencontre l'esprit ludique du joueur qui prend plaisir à prendre conscience des limites du jeu, et à tenter de les repousser en bravant une sorte d'interdit. Cette attitude révèle le potentiel d'une mécanique de jeu, d'un nouveau modèle dont la portée symbolique peut permettre de construire un discours dialectique et critique au cœur de mon projet : celle de « l'envers du décor ».

Dans mon projet, chaque niveau de jeu connaît son envers du décor, un contre-espace dissimulé au cœur de chacun des quartiers, que le joueur peut découvrir en faisant preuve de ce même esprit curieux, transgressif et libre. Cette mécanique de « l'envers du décor » est charnière de l'ensemble du projet. Tout d'abord elle inscrit le joueur dans un acte d'émancipation de la société du jeu total. Les « Murs Invisibles » et les collisions visibles enferment le joueur dans un espace rempli de façades en papier et carton. Les carcans de cette prison postmoderne peuvent être brisés : en passant dans un espace qui n'est pas supposé exister, le joueur ouvre ses perspectives au sens figuré mais aussi littéral puisqu'un nouvel espace virtuel s'offre à lui – et qui ne lui donne pas le même sentiment d'oppression que celui des quartiers. Cet envers du décor représente le potentiel utopique, comme il est vu au chapitre 8, révélateur à la fois des valeurs qui se jouent au sein d'un quartier, soit de la société du jeu total, et à la fois du champ des possibles qui s'offre au joueur, en tant qu'individu contemporain.

Le joueur est bien entendu guidé vers cet « en dehors des limites » du jeu, mais ces espaces ne sont pas obligés par le système de jeu. Seul l'exercice de sa curiosité peut lui permettre d'aller à la rencontre des murs. En découvrant ces passages, la perte d'illusion joue, non seulement, sur les limites du jeu en tant que dispositif technologique programmé mais aussi sur la facticité de la société du jeu total qu'il reste encore à définir du point de vue des représentations formelles et structurelles. « L'envers du décor » actionne une mécanique de la prise de conscience du joueur. Elle donne accès à des lieux interdits, secrets, dissimulés, permettant de remettre en question la ville dans laquelle l'utilisateur évolue. Tous les artifices se dévoilent à l'intérieur d'un nouvel espace déconstruit et fragmenté. Le joueur peut alors s'y promener pour décrypter les valeurs de la société du jeu total à leur juste mesure.

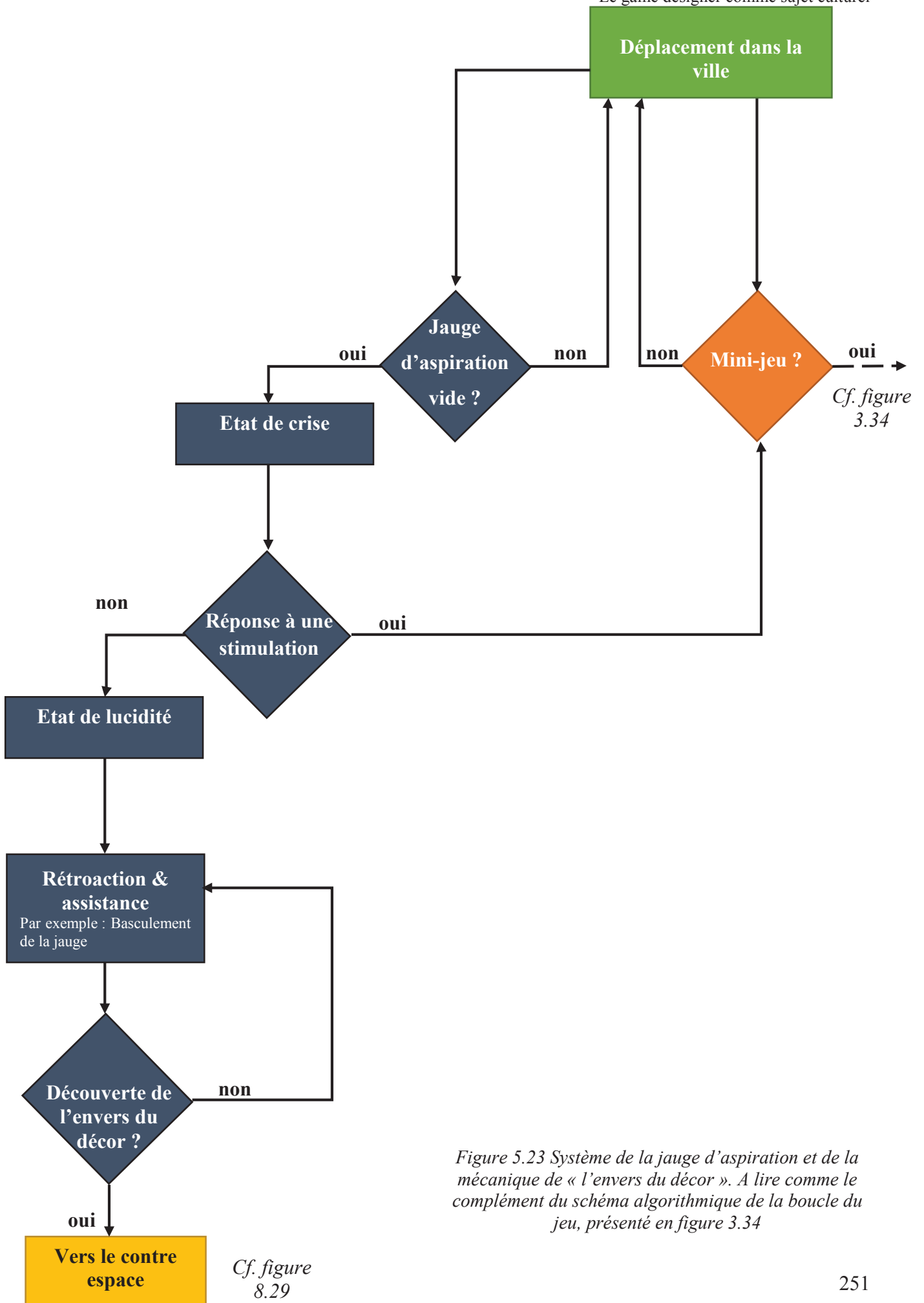


Figure 5.23 Système de la jauge d'aspiration et de la mécanique de « l'envers du décor ». A lire comme le complément du schéma algorithmique de la boucle du jeu, présenté en figure 3.34

Cf. figure
8.29

Pour conclure sur l'utilisation des outils proposés par Staffan Björk, c'est sur la rationalisation du *game design* qu'il faut revenir. En effet, le travail de Staffan Björk est précieux et permet un travail théorique, critique et pratique. Il est un point de départ à la réflexion et à la création, comme devrait l'être tout outil. Par conséquent, il est possible d'utiliser ces outils tout en se situant du côté du concepteur éclairé. Cependant, pourquoi ne pas proposer une dimension critique à ces modèles ? Pourquoi ne pas créer une bibliothèque qui intégrerait à la fois la dimension vidéoludique, et permettrait de resituer les mécaniques dans une totalité émancipatrice ? Le travail de Staffan Björk fait preuve d'une conscience envers ce qu'il appelle le « *critical gameplay design* ».

*Games can easily highlight real world aspects with critical perspectives. While this is most easily done through diegesis and presentation of the game, the dynamics embedded in the game system can also model systems in the real world that designers may wish to make players' aware of. Game with the latter approach have **Critical Gameplay Design**.⁸²*

Celui-ci manque cependant de pousser la réflexion comme éléments valables en *game design* dans la bibliothèque proposée en ligne. Elle permettrait pourtant d'ouvrir la question des utilisations rhétoriques déployées avec les mécaniques de jeux vidéo.

3. Les jeux vidéo comme outils de propagande ou « arme de la critique »

L'absence de considération de la dimension éducative et persuasive des mécaniques de jeu dans un contexte plus large que celui de la rhétorique du *gameplay* ou de leur *ludosis*, soulève une réelle problématique quant au véhicule de sens dont ils se font les promoteurs à travers la figure de leur concepteur. Celle-ci réveille pourtant un antique problème que le chercheur Ian Bogost analyse dans son livre *Persuasive Games, the expressive power of video games*, paru en 2007. En proposant le concept de « rhétorique procédurale »⁸³, celui-ci rouvre

⁸² S. BJÖRK, « Gameplay Design Pattern Collection », disponible en ligne (consulté le 03.08.15) à l'url suivant : http://129.16.157.67:1337/mediawiki-1.22.0/index.php/Critical_Gameplay_Design.

[Traduction] Les jeux peuvent facilement mettre en évidence les aspects du monde réel depuis des perspectives critiques. Bien que cet aspect soit plus facilement mis en place par la diégèse et la présentation du jeu, la dynamique incorporée dans le système de jeu peut aussi modéliser des systèmes du monde réel que les concepteurs souhaitent révéler aux joueurs. Les jeux, dans cette dernière approche, ont ce qui s'appelle une conception de *gameplay* critique.

⁸³ La notion de rhétorique dans les jeux vidéo apparaît sensiblement à la même période dans le travail et la réflexion de Gonzalo Frasca, chercheur et concepteur de jeu vidéo, fondateur de la ludologie. Son travail consiste à révéler comment le *game design* est traversé d'un paradigme hégémonique : celui de la narration et de l'immersion aristotélicienne comme il l'explique dans « Videogames of the Oppressed, Critical Thinking,

l'ancienne dichotomie entre la rhétorique sophistique et la rhétorique aristotélicienne, c'est-à-dire une rhétorique qu'il est possible de qualifier de dialectique par son affiliation à l'éthique et à la philosophie. C'est donc sur cet antique débat qu'il faut à présent revenir. Quelles utilisations de la rhétorique apparaissent dans les jeux vidéo ? En quoi leurs pouvoirs, de caractère persuasif et communicationnel, constituent-ils le point critique de ces objets mais aussi le fondement de l'évolution de ce médium ?

3.1 La bonne et la mauvaise rhétorique : rappel d'une ancienne querelle

La rhétorique du *gameplay* conduit à s'interroger sur le rapprochement entre l'art de la persuasion et les jeux vidéo. Pour bien comprendre cette relation, il est nécessaire de se replonger dans la philosophie antique. Dans le dialogue du *Gorgias*, Platon, par la figure de Socrate, discute de la rhétorique. Si Gorgias la présente comme « l'art de tenir un discours »⁸⁴, et ainsi le travail des orateurs dont le pouvoir est de persuader⁸⁵, Socrate s'y oppose en ce qu'elle ne saurait être uniquement l'art du juste. En effet, la rhétorique par son pouvoir de conviction et non de raison, peut dans les mains de l'injuste être abusive et manipuler les foules⁸⁶. La méthode socratique est la dialectique⁸⁷. Elle se positionne du côté de la « vérité » et de la connaissance, alors que la rhétorique, elle, est une affaire de croyance⁸⁸. Cependant, comme le présente l'article de Samuel IJsseling « Rhétorique et philosophie. Platon et les Sophistes, ou la tradition métaphysique et la tradition rhétorique », il existe deux types de

Education, Tolerance and Other Trivial Issues » in. *First Person*, collectif sous la direction de Wardrip FRUIN et Pat HARRIGAN, Cambridge, MIT Press, 2004, pp. 85-94. Pour lui, il faut dépasser ces aspects en travaillant sur la spécificité des jeux vidéo qu'il qualifie de « simulation ». Sa recherche et ses créations, comme *September 12th* mais aussi le projet *Play My Oppression*, s'appuient sur le théâtre des opprimés d'Augusto Boal, lui-même inspiré par le travail de Bertolt Brecht. Dans ce théâtre, les spectateurs sont invités à agir sur scène, effaçant ainsi la présence de l'artiste à la manière des performances d'Avant-garde (Cf. chapitre 6, p. 289). L'objectif de cette participation est le développement d'un esprit critique de la part du public, qui se trouve distancié de la représentation. Celle-ci apparaît sans artifice. L'objectif est à la manière de l'« effet V » (*Verfremdungseffekt*) de Bertolt Brecht, une cassure dans l'immersion du spectateur, une prise de distance nécessaire, dont la seule finalité est de faire la promotion d'un esprit critique et émancipé.

⁸⁴ PLATON, *Gorgias*, traduction Emile Chambry, La bibliothèque électronique du Québec, collection *Philosophie*, vol.11, p.41 : « Socrate - Réponds-moi donc de la même façon sur la rhétorique. De quel objet particulier est-elle la science ? – Gorgias : Des discours ».

⁸⁵ *Ibid.* p. 51.

⁸⁶ *Ibid.* pp. 69-70. La rhétorique sert à persuader ceux qui ne savent pas et est en cela dangereuse.

⁸⁷ La dialectique socratique et platonicienne est une méthode heuristique, didactique qui se présente sous la forme de dialogues logiques et proportionnels pour construire une argumentation. Chez Platon, la dialectique permet d'opérer un mouvement théorique du sensible vers l'intelligible : c'est une méthode de recherche philosophique.

⁸⁸ PLATON, *Gorgias*, *op. cit.*, p. 59.

rhétoriques : une bonne et une mauvaise, quoiqu'en dise Socrate dans ce dialogue. En effet, il est difficile de ne pas voir que Platon use aussi de la rhétorique dans ces dialogues, celle-ci n'est pas seulement articulée autour des beaux discours, elle est bien entendue celle du « vrai », celle du philosophe et non de l'orateur.

On fait la distinction entre la mauvaise et la bonne rhétorique. La mauvaise est celle qui est enseignée dans les écoles d'orateurs, comme celle de Lysias⁸⁹. Cette rhétorique n'a affaire qu'au vraisemblable (*doxa*), à la persuasion ou à l'autorité et au pouvoir, et même à l'illusion. La bonne rhétorique est celle qui est basée sur la philosophie et la rationalité. Seulement celle-ci a un rapport avec la vérité et avec la connaissance. C'est une rhétorique philosophique et dialectique. C'est l'art d'atteindre la vérité dans le dialogue.⁹⁰

Selon, Samuel IJsseling, cette querelle entre philosophie et rhétorique est toujours d'actualité : de plus en plus de sophistes sont mis sur le devant de la scène, pendant que de plus en plus de philosophes ignorent la nécessité de la rhétorique, et même sa présence⁹¹ dans leur discours. Les sophistes, orateurs et professeurs d'éloquence de la Grèce Antique, considèrent que « l'homme vit dans un monde d'opinions et de convictions » qui peut se changer par la « praxis du discours persuasif »⁹². Ainsi comme le met en scène le *Gorgias*, dans les mots de Polos, la rhétorique peut aussi être rangée du côté du tyran, figure de l'injustice et de la manipulation⁹³. Il y a une différence notable entre la rhétorique et la dialectique concernant leur finalité. La dialectique s'occupe des universaux, des concepts, des idéaux et opère un mouvement qui éloigne de la *praxis*. La rhétorique, elle, se positionne sur une dimension humaine, pratique et concrète⁹⁴.

Pourtant la rhétorique retrouve ses lettres de noblesse chez Aristote. En effet, pour lui, dans son écrit *La Rhétorique*, celle-ci ne peut être rejetée en bloc en ce qu'elle présente des qualités qui peuvent être mises en service de la philosophie. Ainsi, si Platon compare l'orateur au poète, Aristote propose un traité technique des usages du langage permettant de faire de la

⁸⁹ Samuel IJsseling fait ici référence au dialogue *Phèdre* de Platon, dans lequel le philosophe révèle une position plus nuancée que dans *Gorgias*. Cf. « Rhétorique et philosophie. Platon et les Sophistes, ou la tradition métaphysique et la tradition rhétorique » in. *Revue Philosophie de Louvain*, Quatrième série, Tome 74, n°22, 1976, p. 197.

⁹⁰ S. IJSENING, *Ibid.* p. 197.

⁹¹ *Ibid.* p. 195 « La rhétorique qui n'est absente d'aucun discours ne peut être vraiment dépassée ».

⁹² *Ibid.* p. 201.

⁹³ PLATON, *Gorgias*, *op. cit.*, p. 93.

⁹⁴ M. MEYER, « Aristote et les principes de la rhétorique contemporaine », I.4 « Rhétorique, poétique et dialectique », in. Aristote, *La Rhétorique*, traduction C-E Ruelle revue par P. Vanhemelryck, Paris, édition numérique, Librairie générale française, 1991.

rhétorique un outil au service du philosophe. Sa définition n'est donc pas celle de la persuasion par conviction et *doxa*, mais bel et bien celle d'une rhétorique philosophique basée sur la raison, la critique et surtout l'argumentation⁹⁵. En effet, la rhétorique telle qu'envisagée par Aristote est celle de l'homme moral, du poète et du philosophe.

La rhétorique est le pendant de la dialectique ; leur objet à toutes deux est en quelque façon accessible à tous les esprits, et ne réclame aucune connaissance spéciale. Aussi n'y-a-t-il personne qui ne possède l'une et l'autre dans une certaine mesure ; car tous entreprennent, jusqu'à un certain point, d'attaquer une opinion ou de la soutenir, d'accuser ou de se défendre.⁹⁶

Aristote distingue les rhéteurs qui ne s'appuieraient sur aucune connaissance, de ceux qui au contraire s'appuieraient sur des arguments d'autorité, dont les conclusions seraient vérifiées⁹⁷. Dans le livre III, Aristote révèle avec clarté le soin qui doit être apporté au discours et au « style ». Ainsi, l'argumentaire du philosophe ne peut être efficace que si celui-ci est correctement présenté⁹⁸. La rhétorique prend avec ce philosophe une dimension codifiée, précise, qui est à comprendre et à pratiquer comme « une éthique du comportement social (*ethos*), une logique de la démonstration fondée sur l'opinion et le vraisemblable (*logos*) enfin une pathétique, c'est-à-dire une description des passions que l'orateur habile sait inspirer à son auditoire (*pathos*) »⁹⁹.

S'il est possible de distinguer deux utilisations opposées de la rhétorique, celle du sophiste au service de la persuasion et celle du philosophe au service de la justice, quelles sont-elles dans les jeux vidéo ?

⁹⁵ A ce sujet, Aristote distingue les procédés de la dialectique et de la rhétorique. La dialectique s'inscrit dans le champ de la vérité, et travaille à partir de l'induction et du syllogisme, alors que la rhétorique elle s'appuie sur l'exemple et l'enthymème. L'enthymème est un syllogisme à seulement deux propositions, l'antécédent et le conséquent comme par exemple dans ce slogan publicitaire « Moi j'aime le naturel et mon visage aime Monsavon ». Le lecteur en déduit alors que le produit est naturel.

⁹⁶ ARISTOTE, *La Rhétorique*, traduction Norbert Bonafous, Paris, A. Durand, 1856, p. 25.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 243 « Il ne faut pas s'appuyer sur toutes les choses probables, mais bien sur les choses déterminées, admises par ceux qui jugent, ou par ceux dont les juges suivent l'opinion ».

⁹⁸ H. DHAOUADI, « Aux sources du discours argumentaire, Aristote et la *Rhétorique* », in. Revue *Synergies Monde arabe*, n°8, 2011, p. 52.

⁹⁹ J. DARRIULAT, « Aristote *La Rhétorique* », disponible sur le site du philosophe en ligne (consulté le 04.08.15) à l'url suivant : <http://www.jdarriulat.net/Introductionphiloeeth/Antiquite/Aristote/AristoteRhetor.html>.

3.2 Les différentes rhétoriques à l'œuvre dans les jeux vidéo

Ian Bogost propose de voir dans les jeux vidéo une rhétorique qu'il qualifie de « procédurale ». S'inscrivant dans l'héritage aristotélicien, il définit la rhétorique de la sorte :

*Rhetoric is writing, painting, sculpture, and other media do not necessarily make the same direct appeals to persuasion as oratory. Rhetoric thus also came to refer to effective expression, that is, writing, speech, or art that both accomplished the goals of the author and absorb the reader or viewer.*¹⁰⁰

Ce qui intéresse Ian Bogost, c'est la diversification des procédés rhétoriques qui dépassent la sphère oratoire pour venir se nicher dans tous les médiums artistiques. La rhétorique devient alors « l'expression effective » d'une communication entre un auteur et une audience. Dans ces nouvelles formes de rhétorique, Ian Bogost s'intéresse aux jeux vidéo qui déploient, selon lui, une rhétorique par l'utilisation de règles convaincantes. « [...] *procedural rhetoric is a practice of using processes persuasively, just as verbal rhetoric is the practice of using oratory persuasively and visual rhetoric is the practice of using images persuasively* »¹⁰¹. Derrière la persuasion, Ian Bogost ne range pas les intentions sophistiques de manipulation qu'il prend soin de différencier en citant le *coin effect*¹⁰², au sujet des machines d'arcade et de la création béhavioriste d'un comportement d'addiction entre le joueur et le jeu. La persuasion traduit pour lui un système d'argument effectif reproduisant les procédures du monde réel¹⁰³. La dimension « procédurale » de cette rhétorique vidéoludique s'appuie sur l'exécution d'une série de règles qui modélisent des représentations¹⁰⁴. Autrement dit, la rhétorique procédurale est une technique expressive, argumentative, qui s'exécute à partir d'un système informatique. Elle est

¹⁰⁰ I. BOGOST, *Persuasive Games, The Expressive power of videogames*, Cambridge, MIT Press, 2007, p. 19.

[Traduction] La rhétorique est écriture, peinture, sculpture, et les autres médias ne font pas nécessairement directement appel à une persuasion oratoire. La rhétorique peut aussi se référer à une expression effective, qui passe, par l'écrit, la parole, ou l'art qui accomplit à la fois les objectifs de l'auteur et absorbe le lecteur ou le spectateur.

¹⁰¹ *Ibid.* p. 28.

[Traduction] [...] La rhétorique procédurale est une pratique de l'usage de processus de façon convaincante, tout comme la rhétorique verbale est la pratique d'un discours oratoire convaincant et la rhétorique visuelle est la pratique de l'utilisation d'images de façon convaincante.

¹⁰² Cf. chapitre 3, p. 109.

¹⁰³ *Ibid.* p. 47.

¹⁰⁴ *Ibid.* pp. 9-10.

utilisée aussi pour créer une méthode de déconstruction des discours idéologiques présents dans les jeux vidéo¹⁰⁵. La connaître est primordial pour « démasquer » les illusions sophistiquées¹⁰⁶.

Ainsi, pour Ian Bogost, tous les jeux vidéo manifestent une rhétorique procédurale. Celle-ci peut permettre la lecture de logiques du monde réel, en usant d'un esprit critique¹⁰⁷. Elle offre aussi la possibilité d'éclairer le concepteur sur le potentiel expressif du médium¹⁰⁸. Dans ce livre, Ian Bogost ne rapproche le concept de rhétorique procédurale et les jeux propagandistes, comme *America's Army*, qu'à de rares occasions, préférant mettre l'accent sur une rhétorique au service du « bien », c'est-à-dire une rhétorique capable d'éduquer tant le concepteur – puisqu'il s'agit d'un outil ou d'une technique – que le joueur aux arguments qui se développent sous leurs yeux et entre leurs mains. L'ouvrage manque, cependant, d'un avertissement insistant sur l'utilisation à mauvais escient de la rhétorique procédurale, ce qui peut sembler paradoxal, puisque pour Ian Bogost celle-ci permet l'ouverture au politique des jeux vidéo. En effet, cette méthode permet de révéler l'« étrange histoire » entre jeux vidéo et politique¹⁰⁹. Pour Ian Bogost les jeux « politiques » sont ceux qui exposent des logiques d'un même ordre, en ouvrant des alternatives, en posant des questions ou bien en créant des ruptures. Il distingue ainsi trois orientations que l'on peut regrouper de la sorte : la critique ou dénonciation, la solution et le changement radical.

Selon Ian Bogost, les jeux vidéo mettent en scène des figures de style. Celles-ci s'exécutent par l'interaction du système et du joueur. L'auteur traite par exemple de l'enthymème¹¹⁰, de la métaphore, de la synecdoque¹¹¹ ou encore de la réfutation – qui correspond à la « négativité de la pensée » chez Aristote¹¹² –, mises en valeur par l'analyse d'exemples. Pour illustrer cette utilisation des figures de style initiée par le chercheur¹¹³, l'exemple de la

¹⁰⁵ *Ibid.* p. 3.

¹⁰⁶ Ce point de vue est aussi développé par Michel Meyer, *op. cit.*, II.2 « Le syllogisme rhétorique (ou enthymème) ».

¹⁰⁷ I. BOGOST, *op. cit.*, p. 75.

¹⁰⁸ *Ibid.* p. 125.

¹⁰⁹ *Ibid.* p. 89.

¹¹⁰ Cf. note ⁹⁵ de ce chapitre.

¹¹¹ Selon Marcel Cressot, dans *Le Style et ses Techniques*, Paris, PUF, 1971, p. 68, la synecdoque est « un accroissement ou un rétrécissement du sens attribué à un signifiant ». C'est par exemple l'emploi d'un mot pour désigner plus que ce qu'il qualifie comme prendre le genre pour l'espèce, le singulier pour le pluriel ou encore, la matière d'un objet pour l'objet lui-même – ce qui revient à prendre la partie pour le tout. Exemple : « Faire les cuivres = astiquer les objets en cuivre ».

¹¹² J. DARRIULAT, *op. cit.*

¹¹³ Ce travail apparaît dans l'ouvrage comme une ouverture à l'utilisation de la rhétorique et des figures de style. Il ouvre la voie à la création de jeux vidéo expressifs et argumentatifs. Cependant, cette amorce mériterait d'être reprise de manière rigoureuse en comparant l'ensemble des analyses de cet auteur et du traité

« rhétorique de l'échec » est particulièrement parlant. Il met en scène la réfutation de l'argument d'un système ludique qu'un joueur déroule jusqu'à l'échec. Il n'y a pas d'autre alternative possible. Cette « stratégie de l'échec », Ian Bogost l'emprunte aux recherches de Shuen-Shing Lee, professeur associé au département des langues étrangères de l'Université Nationale de Chung Hsing à Taïwan, qui dans son article « I lose, Therefore I think » envisage la possibilité de sortir du traditionnel schéma binaire de la perte et du gain des jeux vidéo pour le remplacer par un système « tragique ».

*A « you-never-win » game could be considered a tragedy, for example, a game with a goal that the player is never meant to achieve, not because of a player's lack of aptitude but due to a game design that embodies a tragic form.*¹¹⁴

L'auteur retrouve la trace de ce système dans ce qu'il appelle la première génération d'« *artgames* » en citant des concepteurs tels que Gonzalo Frasca ou Brody Condon dont il est question au chapitre 6.

Les autres figures de style comme les métaphores sont aussi souvent utilisées dans les jeux vidéo¹¹⁵. Celles-ci, par exemple, permettent d'expérimenter le cadre idéologique du jeu, d'impliquer le joueur jusqu'à lui faire contester les actions qu'il est en train d'effectuer quand il en comprend le sens. Si Ian Bogost ne le souligne pas, les métaphores sont aussi une manière d'ouvrir l'esprit par le transport qu'elle suppose. Elles peuvent permettre un mouvement d'abstraction redessinant le cadre idéologique d'une manière différente ou bien proposant des ouvertures possibles à l'intérieur de cette structure. Les enthymèmes sont aussi souvent présentes, dans les jeux de gestion par exemple, où le joueur peut faire varier différentes

d'Aristote. Ce projet serait d'ailleurs cohérent dans la continuité de la création d'une bibliothèque de *game design patterns* dont les mécaniques seraient considérées depuis un point de vue critique pour une utilisation du jeu émancipée.

¹¹⁴ S. LEE, « I lose, Therefore I think », in. *Game Studies, the international journal of computer game research*, vol.3, issue 2, décembre 2003, disponible en ligne (consulté le 04.08.15) à l'url suivant : <http://www.gamestudies.org/0302/lee/>.

[Traduction] Un jeu « jamais gagnant » pourrait être considéré comme une tragédie, par exemple, un jeu avec un but que le joueur ne pourrait jamais atteindre, non pas à cause du manque de capacités d'un joueur, mais en raison d'une conception de jeu qui incarne une forme tragique.

¹¹⁵ I. BOGOST, *op. cit.*, pp. 104-112. L'auteur analyse le jeu *Party's Tax Invaders* (parodie du jeu *Space Invaders*) où les taxes sont la métaphore du vol et la législation celle d'une guerre. Le rapprochement entre les taxes et les aliens (représentés dans le jeu d'origine par des soucoupes volantes) renforce le cadre idéologique républicain en assimilant ces deux métaphores comme des ennemis. Le jeu, par la rhétorique du système qu'il met en scène, révèle aussi un enthymème par le raisonnement simplifié qu'il déploie. Un autre exemple cité par Ian Bogost est celui du jeu de Martin Le Chevallier, *Vigilance 1.0* qui au premier abord semble renforcer les cadres idéologiques de la surveillance en donnant au joueur des *feedbacks* positifs pour toutes actions de délation. Cependant, plus le joueur dénonce, plus il est confronté à des dilemmes moraux. En obligeant le joueur à voir les conséquences de ses actions, le jeu remet en question le cadre idéologique par son expérimentation.

conséquences, jauger de la présence d'un élément plutôt qu'un autre, de son importance et voir les conséquences directes sur le système de jeu. Les règles, construites sous la forme logique propositionnelle [si→alors], à la base des algorithmes traduisent toujours des syllogismes simplifiés.

La rhétorique procédurale traduit une vision centrée sur la structure de jeu plus que sur l'expérience-joueur. Cette dimension caractéristique du travail de Ian Bogost plonge le lecteur du côté du concepteur et semble faire l'impasse sur le joueur qui constitue pourtant celui à qui se destine le jeu. La rhétorique procédurale stylistique est un outil efficace pour le concepteur mais quel effet produit-elle sur le joueur ? Fait-elle l'effet d'un argumentaire ou bien d'une manipulation ? Le concepteur est-il contraint par ces règles, et le cas échéant, dans quel but ?

3.3 Quelle réception pour le joueur ?

Dans *Persuasive Games*, Ian Bogost ne propose pas de jeux à « Zéro-Joueur » (*Zero-Player Games*)¹¹⁶, c'est-à-dire des jeux où le joueur n'a pour expérience que d'être le déclencheur initial d'une série d'événements qu'il ne contrôle pas ou bien des jeux contrôlés par des Intelligences Artificielles. Au contraire, il tient compte du joueur à travers un concept, « *the simulation gap* » ou encore « *the simulation fever* » (la brèche de la simulation ou la fièvre de la simulation). De la sorte, si les jeux vidéo peuvent apparaître comme des Appareils Idéologiques d'Etat, et fabriquer du consentement, une distance se crée entre le joueur et le jeu. Autrement dit, jouer un rôle dans un jeu vidéo n'implique pas nécessairement la validation du comportement acté. Rien ne garantit que le joueur approuve, rejette, ou adopte les valeurs et les comportements du jeu à l'extérieur du jeu, qu'elle que soit l'utilisation rhétorique dont fait preuve le jeu. Cette brèche, ou cet écart, est finalement l'espace cognitif laissé au joueur pour que se manifeste son interprétation. Celle-ci est comparée à une folie dans laquelle les règles,

¹¹⁶ L'expression est issue de l'article du même nom de Staffan Björk et Jesper Juul, présenté lors de la *Philosophy of Computer Games Conference*, à Madrid en 2012. Cet article témoigne d'un conflit au sein des sciences du jeu entre les concepteurs partisans des jeux vidéo réglés, et ceux partisans de l'expérience-joueur. Le point de vue des auteurs n'est pas de valoriser cette approche mais de contrecarrer l'argument selon lequel le joueur serait le seul élément valable dans un jeu. Pour cela, les auteurs proposent une distinction entre le jeu et l'activité de jouer (*gaming*) et démontrent la vision stéréotypée du joueur qui se manifeste dans de telles approches, notamment depuis l'idée d'une esthétique du joueur, et n'est donc finalement pas centrée sur le joueur qui mériterait lui aussi d'être défini dans sa relation au jeu. Ce débat est évoqué plus loin dans la critique de la rhétorique procédurale de Miguel Sicart. Cf. chapitre 5 p. 262.

qui conduisent le système, sont interrogées et remises en question¹¹⁷. Ce concept est particulièrement intéressant dans le cadre de la recherche plastique associée à ce projet mais n'est-il pas un peu naïf ? Ne traduit-il pas une aporie, que personne ne saurait résoudre, à savoir celle de la réception du jeu vidéo ? Tout comme pour l'œuvre d'art, rien ne garantit que le spectateur ait connaissance de ce qu'il regarde. Art et jeux vidéo ne sont pas le fruit d'un génie créatif autre de la société contemporaine. Ils s'inscrivent dans une culture, dans des courants, et présentent des tensions que le spectateur ou le joueur peuvent recevoir, rejeter, comprendre ou ignorer. Par conséquent, le concept de Ian Bogost réveille des questions fondamentales sur la réception du joueur, qui excède une vision du jeu vidéo comme expérience viscérale. Entre critique et engagement, le joueur est-il libre de saisir le message qui se déroule suite à ses actions ? Peut-il l'ignorer ? Ou doit-il l'embrasser ? En effet, cet engagement avec le jeu que Ian Bogost appelle aussi « absorption » ne peut-il pas être la source d'une occultation du sens que le jeu met en scène par l'utilisation de symbole ? En d'autres termes, la rhétorique du *gameplay* ne peut-elle pas cacher la rhétorique politique décrite par le philosophe ? Pour bien comprendre ces enjeux, il est nécessaire de resituer le discours de Ian Bogost dans son contexte, mais aussi d'interroger cette liberté du joueur dans le cadre des jeux réglés. Cette question ranime le débat ouvert au chapitre 3, qui reprend forme dans les courants de la *gamification* et de la *playification*, et permet également d'avancer sur le problème ouvert au chapitre 4 sur l'expérience-joueur.

En 2007, le concept de la fièvre de la simulation apparaît comme un contre-argument face aux médias dont la tendance était à la diabolisation du jeu vidéo par les thématiques de l'addiction, de la violence et de l'isolement. Si leur discours est en train d'évoluer aujourd'hui, passant d'une diabolisation à une valorisation, en accord avec la société du jeu total, Ian Bogost à l'époque cherchait à s'opposer à un point de vue radical et infondé donnant aux images vidéoludiques le pouvoir terrifiant de paralyser le joueur dans une sorte de coma intellectuel. Egalement, le concept de rhétorique procédurale apparaît à la même époque où le critique de film Robert Ebert prononce la sentence qui va remuer les penseurs vidéoludiques : « *video games can never be art* » (les jeux vidéo ne seront jamais de l'art)¹¹⁸. Sans rentrer dans le détail des propos de cette déclaration, l'argument principal de Robert Ebert concerne justement cette

¹¹⁷ Il peut alors faire penser à l'état de crise décrit dans le projet p. 222.

¹¹⁸ R. EBERT, « Video games can never be art », article repris en 2010 suite à une première publication en 2007, disponible en ligne (consulté le 10.08.15), à l'url suivant : <http://www.rogerebert.com/rogers-journal/video-games-can-never-be-art>.

possibilité que détient le joueur de modifier le propos du *designer*, de tordre l'œuvre dans des sens contraires à ceux de l'intention de son créateur. C'est donc bien dans ce débat que se situe le cœur du problème énoncé plus haut, dans ces deux critiques opposées des jeux vidéo, entre absorption de l'utilisateur et liberté.

Il n'est pas ici question de revenir sur le statut des images, qui, au fil des siècles, a toujours suscité méfiance par son pouvoir représentationnel, et plus encore lorsque celles-ci deviennent mouvantes ou actées. Cependant, il est difficile de nier une affiliation directe avec cette problématique, déjà soulevée, de l'emprise de la fiction. Il est d'ailleurs tout aussi difficile de réfuter que les fictions possèdent un ascendant persuasif sur le spectateur, lecteur ou joueur, mais il paraît exagéré de penser que le joueur puisse se laisser absorber et enrôler par elles, d'une manière aussi grotesque que serait l'imitation directe d'un acte de violence, par exemple. Cependant, s'il est effectif qu'un joueur n'adhère pas automatiquement aux valeurs proposées dans un jeu, la possibilité de la perpétuation des idéologies et la vision d'un grand nombre de jeux vidéo comme pouvant participer à la fabrique de consentement, n'en est pas pour autant exclue. La globalisation des représentations formelles et structurelles disséminées partout, adoptées par le plus grand nombre en sont un témoignage. L'adoption de valeur, non systématique, se fait de manière plus douce et discrète que celle présentée dans les discours médiatiques qui lient par exemple l'augmentation de la criminalité violente à celle de la diffusion de jeux vidéo¹¹⁹. Les jeux vidéo, comme les produits de la *gamification*, reflètent des valeurs et participent de la diffusion de représentations stéréotypées. Mais ils ne sont pas les seuls à transcrire les orientations générales de la société contemporaine. C'est d'ailleurs par l'absence de prise en considération de la dimension symbolique des représentations de l'esprit du temps qui s'y manifestent, ainsi que par la répétition de mécaniques, notamment des modèles de conception ludique, que les jeux vidéo deviennent des espaces idéologiques. Ian Bogost souligne la nécessité de la rhétorique procédurale. Son rôle est de faire du *game designer*, un concepteur éclairé : elle est une méthode qui permet de guider la critique du concepteur et l'interprétation du joueur en lui donnant les outils nécessaires à la compréhension du jeu qu'il active.

¹¹⁹ Cf. Etudes réalisées par Entertainment Software Association (ESA), Université de Rochester à New-York, Université Deakin à Melbourne, *Children and Technology Projects*, Université de l'état du Michigan, originellement publié dans *Wall Street Journal*, mise en infographie par Daniel Denisiuk et Mia Korab, « Jouer est bon pour vous », *Métro*, Montréal, 21.03.13, p. 47, disponible en ligne (consulté le 05.08.15) à l'url suivant : http://issuu.com/metro_canada/docs/20130321_ca_montreal.

3.4 Contre la rhétorique procédurale ?

Miguel Sicart, philosophe en technologie, littérature et *game studies*, à l'Université technologique de Copenhague, dans son article au titre explicite « *Against procedural rhetoric* »¹²⁰, développe l'idée selon laquelle les jeux vidéo sont dominés par le règne rationnel de la « mécanique ». Les jeux réglés apparaissent pour lui comme la forme culturelle dominante du « jouer » (*play*)¹²¹. Sa critique s'adresse alors à tous les rhétoriciens praticiens du *game design* notamment Ian Bogost, Mary Flanagan¹²² ou encore Brenda Brathwaite¹²³. S'il reconnaît la nécessité de l'approche de la rhétorique procédurale dans l'ontologie des jeux, Miguel Sicart s'oppose à une telle conception. Pour lui, l'acte créateur ne se situe pas dans celui de concevoir un jeu mais dans l'acte de le jouer. Le *game design* doit être remplacé par une architecture du « jouer » : « *We, the architects of play, make people play. Game design is dead. Long Live the architecture of play* »¹²⁴. Le philosophe développe une théorie qui place la performance du joueur sur un piédestal. Celle-ci a pour conséquence de s'opposer à la conception d'un jeu d'auteur et réanime alors des problématiques d'ordre esthétique sur la place de l'artiste et du spectateur dans l'œuvre. En effet, selon lui, la rhétorique procédurale est traversée par le vice d'obliger son joueur à dérouler le jeu en fonction d'une série de règles dont l'ordre semble établi et immuable, ne laissant alors aucune liberté au joueur. Le point de vue est alors l'opposé de celui de Robert Ebert.

Play is the unknown and the uncontrollable, and by building an ontology based on designer-centric reason, the proceduralists eliminate the myth and the ritual from play, and encourage

¹²⁰ M. SICART, « Against Procedurality », in. *Game Studies, the international journal of computer game research*, vol.11, issue 3, Décembre 2011, disponible en ligne (consulté le 07.08.15) à l'url suivant : http://gamestudies.org/1103/articles/sicart_ap.

¹²¹ M. SICART, *Play Matters*, Cambridge, MIT Press, 2014, p. 84.

¹²² La position de Miguel Sicart sur Mary Flanagan est plus nuancée que sur les autres théories. Elle reste selon lui l'approche la plus intéressante d'une conception orientée par la rhétorique procédurale.

¹²³ Brenda Brathwaite est l'auteur du projet « The Mechanic is the Message » débuté en 2008 contenant six jeux non digitaux dont l'objectif est de faire passer un message et des émotions. Elle s'oppose à l'idée d'un jeu qui serait *fun* pour montrer les potentialités du médium. Son article, co-écrit avec John Sharp, « The Mechanic is the Message, A post mortem in progress » paru dans l'ouvrage collectif *Ethics and Game Design : Teaching Values through Play*, dirigé par Karen Schrier et David Gibson, New-York, *Information Science Reference* 2010, constitue l'un des textes fondateurs de l'*artgame* et de la défense active d'un jeu vidéo non commercial et artistique.

¹²⁴ M. SICART, *Play Matters*, op. cit., p. 91.

[Traduction] Nous, les architectes du ludique faisons jouer les gens. Le *game design* est mort. Longue vie à l'architecture ludique.

*an instrumental approach to games that is exclusively guided by the rules, norms and processes embedded in the game system.*¹²⁵

Pour Miguel Sicart, le jeu appartient aux joueurs et non aux concepteurs. Il critique notamment Jason Rohrer ou Rob Humble, deux artistes qui usent de la rhétorique procédurale. Dans ces jeux, la pratique du joueur devient, pour Sicart, si mécanique qu'il le compare à un « travail ». La règle est omniprésente si bien que la dimension jouable, l'attitude même du joueur, disparaît de la tête des concepteurs pour créer un cadre trop rigide. Ainsi Miguel Sicart continue en proposant une nouvelle ontologie du jeu, basé sur le *play* (la pratique du jeu), où la règle doit constituer un prétexte souple et flexible à l'usage de la liberté du joueur. Elle ne doit pas être l'expression du concepteur. Le sens du jeu, sa dimension créative et esthétique, doit être le fruit des joueurs.

*If there is an exceptionalist argument to make about games, an argument that justifies that games as aesthetic form are different than others, is that games belong to players - at most, games belong to the designer if she wants to establish a dialogue with the player through the game - but play, the performative, expressive act of engaging with a game, contradicts the very meaning of authorship in games. Players don't need the designer - they need a game, an excuse and a frame for play. All of this is missing from the rationalist project of proceduralism, and all of this can be argued against proceduralism.*¹²⁶

La position radicale de Miguel Sicart, développée dans cet article, entre en conflit avec la position de la rhétorique procédurale adoptée dans ce chapitre et le précédent. Elle soulève avec raison la place du joueur dans le processus du jeu, comme un acteur à part entière et non un simple prétexte à l'activation du jeu d'un concepteur – allant à l'encontre d'éventuels jeux « Zéro-Joueur ». La position de Miguel Sicart est cependant unidimensionnelle. L'approche « centrée-auteur », qu'il critique, n'exclut pas le joueur de sa conception, comme vue précédemment au chapitre 4 mais aussi dans la position de Ian Bogost. L'ontologie du *play* semble alors ignorer que joueur et créateur font partie de la même équation ludique. En

¹²⁵ M. SICART, « Against Proceduralism », *op. cit.*

[Traduction] Le jeu est l'inconnu et l'incontrôlable, et en construisant une ontologie axée sur le concepteur, les procéduralistes suppriment le mythe et le rituel du jeu, et encouragent une approche instrumentale des jeux comme exclusivement guidés par les règles, les normes et les processus intégrés dans le système de jeu.

¹²⁶ M SICART, *op. cit.*

[Traduction] S'il y a une exception à soulever sur ces jeux, un argument qui justifie ceux-ci comme formes esthétiques différentes des autres, c'est que les jeux appartiennent aux joueurs - tout au plus, les jeux appartiennent aux concepteurs s'ils veulent bien établir un dialogue avec eux par le jeu - mais le jeu, comme acte performatif, expressif, engagé dans un jeu contredit l'idée même d'un jeu d'auteur. Les joueurs n'ont pas besoin d'un concepteur - ils ont besoin d'un jeu, d'un prétexte et d'un cadre pour le jeu. Tout cela est absent du projet rationaliste de la procéduralité, et tout cela peut être argumenté contre elle.

diminuant le rôle du concepteur, Miguel Sicart ne s'inscrit pas non plus en dehors des carcans idéologiques postmodernes qu'il dénonce, au contraire il oublie une dimension essentielle de ce qui constitue un jeu : son système de représentation, vecteur de l'esprit du temps, inévitablement porteur des valeurs dominantes. Miguel Sicart fantasme un *degré zéro du game design*¹²⁷ à partir duquel s'effacerait toute présence du créateur pour laisser les joueurs créer leur propre monde, faire leur propre règle ou encore sociabiliser en toute liberté. Si de semblables jeux peuvent parfois voir le jour – on peut notamment penser à *Minecraft* (Markus Pearson, Mojang, 2009) qui constitue un monde ouvert à l'intérieur duquel les joueurs sont extrêmement libres par la création d'un système de règles abstrait, basé sur des lois physiques et électroniques ou encore à *Proteus* (Ed Key et David Kanaga, 2013), que Miguel Sicart qualifie de cour de récréation¹²⁸ – tous les jeux ne peuvent s'inscrire dans une *paidia*. Il n'est d'ailleurs pas souhaitable que tous les jeux se ressemblent. L'ontologie du *play* oublie, pendant un instant, que la rhétorique procédurale s'est construite contre l'avènement du *jeu fun* et standardisé, pour ouvrir les potentialités expressives tant chez les joueurs que chez les concepteurs du médium vidéoludique. Il est possible de remettre en question ce primat du *jeu libre* que souhaite voir apparaître le philosophe, de la même manière qu'un *jeu réglé*, à l'excès, est, lui aussi, réducteur des possibilités créatrices vidéoludiques, détruisant la notion même de jeux comme le montre les jeux à « Zéro-Joueur ».

*What if all films were fun ? What if every book makes you feel like a hero? What if all music uplifts and all lyrics end on a positive note? [...] What if art constrains itself to game box cover fare? I toy with the thought of game mechanics as paint, and reason that along these lines, games can explore so many more topics than we presently explore. I think they could capture and express difficult emotions just like film. I really do.*¹²⁹

¹²⁷ L'analogie entre le *game design* et l'écriture vient appuyer l'idée précédente développée, par l'usage d'une méthodologie sociocritique, selon laquelle le jeu vidéo est un texte dans lequel s'agrége l'histoire. L'expression du *degré zéro du game design* fait référence à Roland Barthes, *Le Degré Zéro de l'Écriture* (Paris, Seuil, 1972). Dans ce traité sur l'histoire de l'écriture, Barthes fantasme l'impossible « écriture blanche » qui est débarrassée de tous « caractères sociaux ou mythiques d'un langage » (p. 59). Elle est telle une « équation mathématique » (p. 60) excluant toute connotation et commentaire, présentant une écriture d'où sont absentes les dimensions idéologiques et la voix de l'auteur. Cette écriture est impossible. Par ce *degré zéro du game design*, c'est donc l'absence d'idéologie qui est soulignée mais aussi celle du concepteur pour offrir non plus un texte mais les simples bordures délimitant la page blanche à l'intérieur de laquelle le joueur peut éprouver la liberté la plus totale. Elle constitue donc, elle aussi, un fantasme. On peut aussi noter la reprise par le mouvement artistique BMPT qui cherchait à atteindre « le degré zéro de la peinture » se résumant à une peinture austère faisant table rase de toutes les conventions classiques mais aussi de l'artiste et des mythes qui lui sont associés.

¹²⁸ M. SICART, *Play Matters*, p. 57.

¹²⁹ Brenda Brathwaite, *op. cit.*, p. 313.

[Traduction] Que se passerait-il si tous les films étaient *fun*? Si chaque livre nous transformait en héros ? Si tous les transports musicaux et toutes les paroles se terminaient sur une note positive? [...] Je joue avec l'idée

Les propos de Brenda Brathwaite ne laissent pas apparaître la radicalité que Miguel Sicart accorde à la rhétorique procédurale. Ils ne font pas de la règle un carcan. Celle-ci reste un cadre à l'intérieur duquel les joueurs peuvent explorer et dérouler, à leur manière, l'univers ou l'histoire dans lesquels ils sont plongés. La règle est toujours une manifestation concrète de contrainte, mais c'est bien souvent en la contournant, à l'intérieur même des structures qu'elle construit, qu'une dimension créative se manifeste. Pour Miguel Sicart, la règle ne doit pas être expressive, mais simplement un prétexte, facilitant le déploiement de la performance du joueur¹³⁰.

Si Miguel Sicart interprète les propos de Brenda Brathwaite comme une tentative de justification de ses propres conceptions dont les thématiques traitent essentiellement de l'immigration et des déportations durant la seconde Guerre Mondiale, la conclusion de Ian Bogost, elle, ne laisse pourtant pas de doute sur les intentions de sa théorie.

*As players of videogames and other computational artifacts, we should recognize procedural rhetoric as a new way to interrogate our world, to comment on it, to disrupt and challenge it. As creators and players of videogames, we must be conscious of the procedural claims we make, why we make them, and what kind of social fabric we hope to cultivate through the processes we unleash on the world.*¹³¹

La rhétorique procédurale n'est pas le propos radical que lui accorde Miguel Sicart. Comment est-il possible de l'ôter des programmes informatiques puisqu'elle est constitutive du jeu ? Lorsque Ian Bogost la met à jour, ce n'est pas pour dévoiler une nouvelle vision révolutionnaire du jeu, mais pour donner conscience de ce qui se joue à l'intérieur de ces fictions politiques. Cette dimension politique fait d'ailleurs l'objet d'un chapitre dans le livre de Miguel Sicart, *Play Matters*. Il critique la vision des jeux politiques que l'on retrouve habituellement sous la forme d'un jeu solitaire, en *Flash*¹³², rhabillant des formes ludiques connues, comme des *Space*

que la mécanique de jeu est semblable à de la peinture, et ce qui me pousse à penser ainsi, c'est que les jeux peuvent explorer beaucoup plus de sujets que ce qu'ils font actuellement. Je pense qu'ils pourraient capturer et exprimer des émotions difficiles tout comme le film. Je le pense vraiment.

¹³⁰ M. SICART, *Play Matters*, p. 8.

¹³¹ I. BOGOST, *Persuasive games*, *op. cit.*, p. 340.

[Traduction] En tant que joueurs de jeux vidéo, il faut reconnaître la rhétorique procédurale comme une nouvelle manière d'interroger le monde, de le commenter, de le perturber et de le défier. En tant que créateur et joueurs de jeux vidéo, il faut être conscient des déclarations procédurales que nous créons, pourquoi nous les créons, et quel genre de fabrique sociale nous espérons développer à travers les processus, et lancer sur le monde.

¹³² *Flash* est un logiciel de développement, de la suite Adobe, publié en 1996. Il était jusqu'à peu l'une des technologies les plus répandues sur l'Internet. C'est aujourd'hui le HTML5 qui prend la relève.

Invaders ou des *Tetris*, dont seules la thématique et la représentation graphique sont politiques. Ici, Miguel Sicart critique essentiellement, les *newsgames*¹³³, qui ne sont pourtant pas cités dans son livre. Ces jeux, tout comme les *artgames*, ne sont pas exempts de critique et peuvent manquer d'originalité dès lors que leur but est d'utiliser les jeux de manière purement informative. Cependant le traitement de l'information, l'engagement de l'auteur, la réflexion mise au cœur du jeu, l'ensemble des représentations – structurelles et formelles – et la projection des actions signifiantes du joueur traduisent un travail que l'on ne pourrait ignorer pour se concentrer sur le seul acte performatif de l'utilisateur. Ainsi la dimension politique du jeu ne saurait effectivement s'attacher à la seule adaptation d'un thème de cet ordre dans un jeu préexistant. Elle passe nécessairement par un travail théorique et pratique portant sur le discours, les valeurs et les idéologies qui se traduisent tant dans les règles que dans leur activation par un joueur, que celle-ci soit libre, guidée ou contrainte. Miguel Sicart s'oppose au jeu à message. Pour lui, c'est dans la pratique ludique en tant que liberté, forme créatrice, perturbante, autotélique et personnelle que la dimension politique s'exprime.

Miguel Sicart rouvre le débat évoqué au chapitre 3 entre le jeu, conçu comme système réglé, comme *game*, et le jeu libre, le *play*. A l'exception qu'ici les penseurs et artistes de la rhétorique procédurale cherchent à se libérer, eux et leur joueur, de l'aliénation des valeurs et des messages implicites dissimulés dans les règles et les systèmes de *gameplay*. Leur ambition est de les créer en pleine conscience de ce qui sera mis entre les mains du joueur, dans une dimension éthique. Si la rhétorique procédurale est aussi le reflet d'une *gamification*, au sens plus restreint où ce serait le jeu réglé uniquement qui se disséminerait, la réponse de Miguel Sicart, témoigne du contraire en proposant une théorie en résonance avec la *playification*. Par ce développement, Miguel Sicart prouve une tendance qui se profile pour contre-attaquer l'image trop stricte et rationnelle des jeux réglés. La rhétorique procédurale, tout comme l'ontologie du *play*, témoignent toutes deux de l'avènement d'une société du jeu total. L'étude menée dans les chapitres 2 et 3 montre bien que le *play* n'est pas absent des discours et qu'il cherche aujourd'hui à revenir sur le devant de la scène, lavé de tout soupçon idéologique, en

¹³³ Les *newsgames* sont un genre de jeu qui appliquent la rhétorique procédurale et proposent des jeux journalistiques. Le qualificatif est proposé par Gonzalo Frasca, ludologue, aussi à l'origine de la rhétorique procédurale par son jeu *September 12th*. Les *newsgames* ont fait l'objet d'une recherche menée par Ian Bogost, Simon Ferrari et Bobby Schweizer, *Newsgames, Journalism at play*, Cambridge, MIT Press, 2010, p. 13.

renouant avec le caractère innocent et créatif de l'enfance. Le *play* n'est pas une formule magique qui permet de s'extraire de la postmodernité.

Le fantasme de la liberté du joueur, témoigne d'une vision d'un joueur-concepteur qui ne tient pas compte des processus de création d'un jeu. Cette notion de liberté est aussi à questionner au vu des précédentes réflexions sur la *playification*. L'ontologie du *play* n'est-elle pas l'expression de la permissivité ? Ne peut-elle pas, elle aussi, être le sujet de dérive, loin des espaces de socialisation qu'imagine Miguel Sicart, mais aussi comme l'expression d'un individualisme et d'un état de nature ? En effet, si cet auteur parle dans cet article du joueur, il n'interroge jamais directement sa pratique, car, si bien des joueurs construisent ensemble et incarnent une entité vivante et politique, certains voient, aussi, dans ces espaces fictionnels, la possibilité d'exprimer des pulsions destructrices, souvent considérées comme de l'anti-jeu¹³⁴. Ces joueurs agressifs, sans régulation de la part d'un système de jeu ou d'un administrateur tenant le rôle de maître du jeu discret, peuvent aller à l'encontre de toute socialisation, et des lois implicites, citoyennes statuées dans le cadre du jeu par les joueurs. Sans règle, sans interdit, sans autorité, le jeu et le joueur ne se portent pas mieux que l'individu narcissique en confrontation avec le monde réel. L'absence de délimitation traduit la vision néolibérale de l'air du temps, d'un idéal de gouvernance entre les joueurs, qui ne sauraient atteindre ce *degré zéro du game design*. La position de Miguel Sicart sur la liberté du joueur est conjointe d'une tendance actuelle et industrielle sur la diffusion de l'idée d'un « monde ouvert » où le joueur est roi¹³⁵. De plus, de la même manière que la toile vierge, le pinceau et la peinture peuvent par leur matériau indiquer un lieu, un fabricant et une époque, le jeu, même délivré au maximum de ses règles, ne peut ôter toute trace de cet « auteur », de ce créateur que Miguel Sicart trouve contradictoire dans la forme même du jeu vidéo. « *As much as games are different from other media, some game designers still write and behave like « authors » to justify their processes, arguments, and decisions* »¹³⁶. Pour lui, le jeu vidéo doit alors apparaître comme un espace neutre, accessible, au sein duquel les joueurs sont les artistes.

¹³⁴ A ce titre, il est possible de faire référence aux joueurs décrits par Richard Bartle, dans son article « Presence and Flow : Ill-Fitting Clothes for Virtual Worlds », in. *Techné : Research in Philosophy and Technology* v10(3), 2007, pp. 39-54, sous le terme de « *griefers* ». Il s'agit de joueurs agressifs et extrêmement compétitifs qui agissent sur les autres joueurs pour de mauvaises raisons (vol, attaque, destruction). Ils sont opposés à d'autres joueurs au profil similaire mais qui agissent, eux, pour de bonnes raisons. Bartle nomme ces derniers les « *politiciens* ».

¹³⁵ On peut à ce titre citer les *GTA* ou les *Assassin's Creed*.

¹³⁶ M. SICART, « Against Procedurality », *op. cit.*

La proposition de Miguel Sicart trouve un écho dans une conception de l'art contemporain comme participatif, convivial et relationnel¹³⁷, qui serait intelligible par tout un chacun. Les jeux, ainsi considérés, nivellent, finalement, les pratiques et les joueurs. Ils généralisent l'acte de jouer comme le seul qui soit esthétique dans le cadre du jeu. En faisant de celui-ci une performance esthétique, tous les joueurs deviennent des artistes et tous les jeux propices à faire œuvre. Le joueur devient le propre concepteur de son expérience de jeu, et le seul à même de performer et de vivre une expérience esthétique sans règle. D'un revers de la main, Miguel Sicart balaye le travail minutieux de ce courant artistique à plusieurs reprises cité, mais dont il faut caractériser les spécificités, l'*Artgame*.

Les systèmes de jeu et les boucles de gameplay

Pour conclure ce chapitre, il est nécessaire de jeter un œil au système de jeu dans sa totalité. Pour cela, il est possible de reprendre le système de la boucle de jeu étudié au chapitre 3 et mis à jour dans celui-ci. Cette représentation du système de *gameplay* laisse apparaître la boucle idéologique de la société du jeu total en orange, et celle contre-idéologique qui s'ouvre par l'action de résistance du joueur à la stimulation en bleu. Cette représentation est fonctionnelle pour montrer le double système construit dans le jeu et surtout son ambivalence : à la fois l'aliénation issue du pouvoir séducteur de la *gamification* et à la fois la possibilité de la déjouer. Le joueur est libre de ne jamais s'aventurer en dehors du système de la société du jeu total, cependant le second système – en bleu – ne manque pas de lui donner des signes l'incitant à en sortir. Ainsi, passer à côté du message retranscrit dans ce jeu, n'est pas une chose impossible : le but n'est pas de piéger le joueur, mais il me semble que la prise de conscience

[Traduction] Autant que les jeux réglés sont différents des autres média, certains concepteurs de jeux écrivent encore et se comportent comme des « auteurs » pour justifier leurs procédés, leurs arguments et leurs décisions.

¹³⁷ Miguel Sicart cite d'ailleurs Nicolas Bourriaud comme l'une de ses références artistiques, *Play Matters*, p. 62 et p. 64. Comme l'analyse Valérie Arrault dans son article « De la difficulté d'une esthétique émancipatrice », paru dans *Imaginaires et Utopies* sous la direction de Marc Jimenez, Claude Amey, Valérie Arrault, Pierre Albert Castanet, Séminaires interarts 2001-2002, Paris, Klincksieck, 2003, l'esthétique relationnelle qui s'annonce comme un art émancipateur principalement par son caractère participatif et convivial est à remettre en question. De la même manière que certaines performances de l'esthétique relationnelle – on peut citer celles de Rirkrit Tiravanija à titre d'exemple – on peut douter de la facilité à s'extraire des carcans de la société aussi facilement que le mettent en scène ces manifestations du *play*. Il est nécessaire de procéder à un examen critique et interprétatif de ces performances ludiques.

peut être plus forte, si le jeu laisse la possibilité de se tromper. Le système est aussi plus fidèle à cette lutte théorique engagée dans le jeu.

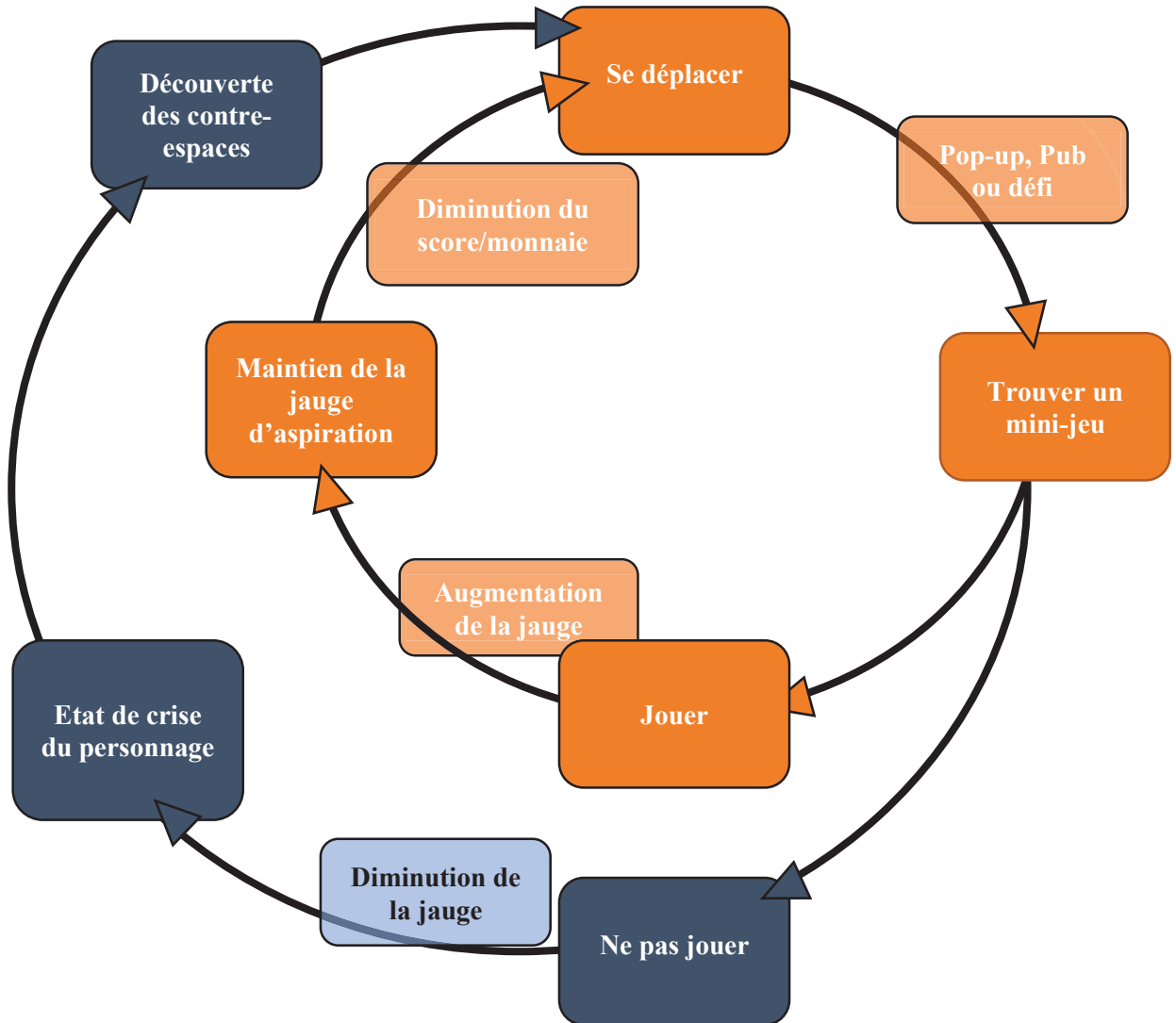


Figure 5.24 Représentation sous la forme de boucle du double système de jeu, idéologique et critique

Malgré l'effectivité de cette double boucle, celle-ci ne suffit pas à rendre compte de l'ensemble des conséquences du jeu. En effet, à l'intérieur même de ces systèmes de *gameplay*, les questions fondamentales soulevées par le débat entre Ian Bogost et Miguel Sicart doivent être résolues ou du moins abordées : quelles règles sont présentes dans le jeu ? Comment contraignent-elles le joueur ? Le joueur est-il libre ? C'est une voie intermédiaire que j'espère trouver en utilisant l'outil de Marc Albinet, déjà cité à plusieurs reprises, celui des « boucles de jeu » :

La boucle de jeu est en partie la définition de ce qu'est un jeu vidéo. Elle structure les actions que le joueur doit accomplir, selon la succession de trois phases : l'objectif, le challenge, et enfin la récompense. L'ordre de ces trois phases est immuable. Il définit l'ordre de ce que va suivre et vivre le joueur, et par là son évolution sur l'axe échec/réussite.¹³⁸

Pour ce directeur créatif, tous les jeux se constituent de la même routine ludique. L'« objectif » énonce au joueur ce vers quoi il doit tendre. Le « *challenge* » consiste en un défi ou un obstacle qui va intervenir pour empêcher le joueur de réussir sans effort à remplir l'objectif. La « récompense » est la validation que l'objectif a bien été rempli et peut prendre de multiples formes dans les jeux vidéo. Marc Albinet en dénombre trois grands types : la récompense finale, liée à la fin d'un niveau ou du jeu, la récompense narrative qui augmente l'histoire de l'univers ou des personnages à l'aide de cinématique et qui crée un attachement entre le joueur et le jeu, et enfin la récompense fonctionnelle qui va directement ajouter ou renforcer des possibilités d'actions dans le jeu. Cet outil permet la visualisation de l'enchaînement des actions du joueur et des opportunités qui s'offrent à lui dans l'environnement ludique. Outre sa fonction de communication, elle est aussi importante pour révéler les lacunes d'un système.

Il existe trois types de boucles venant structurer le jeu et contrôler la motivation du joueur. La boucle « Macro » constitue la structure globale du jeu et donne un objectif à long terme au joueur. La boucle « Moyenne », elle, concerne les niveaux, les missions ou les quêtes. Enfin la boucle « Micro » est multiple, elle traite des différentes actions que le joueur effectue et s'appuie sur les mécaniques à court terme.

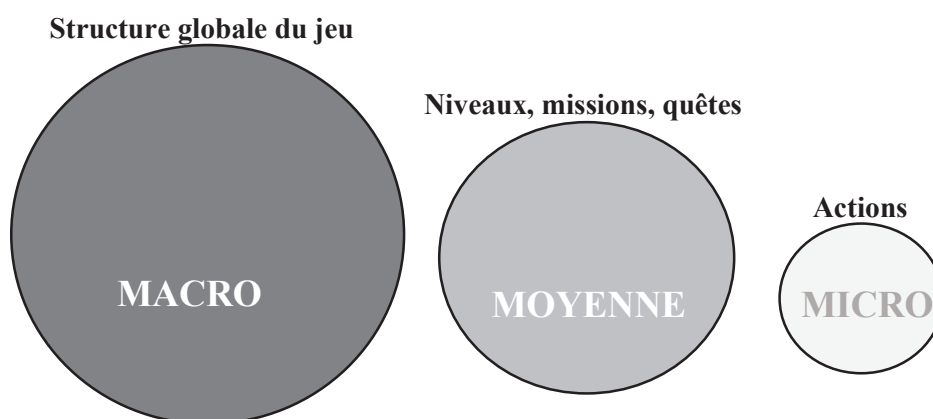


Figure 5.25 Les trois types de boucles de jeu de Marc Albinet¹³⁹

¹³⁸ M. ALBINET, *Concevoir un Jeu Vidéo*, op. cit. p. 105

¹³⁹ La représentation proposée se fait sous forme de cercle afin de souligner le roulement du système. Marc Albinet, lui, représente les boucles sous la forme de lignes faisant penser à des séquences qui s'enchaînent.

Si elle s'inscrit d'une manière globale, la théorie des boucles de jeu traduit une vision behavioriste de la conception du jeu et du joueur. Celui-ci est toujours motivé par la récompense, stimulé par un défi et animé par un objectif. Cet outil, tout comme celui proposé par Staffan Björk présente des avantages dans la construction du jeu, mais aussi des inconvénients *via* un conditionnement ontologique du jeu. Finalement ces boucles font apparaître une conception du *fun*, plus complexe que celle de la *gamification*, mais qui reste attachée à une vision du jeu comme divertissement. Avec la rhétorique procédurale, et comme il est vu par la suite avec l'*Artgame*, le jeu se définit comme le vecteur d'une expérience qui n'est plus assujéti aux conditions préalablement citées. Ici, on ne cherche pas le *fun*, mais le message, l'impact, la compréhension ou la remise en question, une dimension politique du jeu, à l'intérieur de laquelle les idéologies contemporaines peuvent être perçues et interrogées. Ces boucles de *gameplay* restent-elles alors utiles pour construire le système de mécaniques ?

Malgré leur caractère behavioriste par l'obligation à la récompense qu'elles mettent en scène, les boucles de jeu permettent de repérer la rhétorique à l'œuvre dans le jeu. En un coup d'œil, elles révèlent les actions et les conséquences portées par le système dans l'expérimentation du joueur. Si bien, qu'il est nécessaire de penser à une dénomination qui ne change pas fondamentalement la fonction de l'outil mais qui puisse s'inscrire dans les marges idéologiques de la société du jeu total. La proposition suivante, appliquée, s'appuie sur l'hybridation de l'outil de Marc Albinet, et sur la théorie du *Jeu-Projet* de François Pingaud, polytechnicien ludique. L'étude de cet auteur pose la question d'un jeu « émancipateur » qui passe par l'exercice de la liberté du joueur. En définissant le jeu d'après trois caractéristiques, « Structure, Hasard, Liberté », François Pingaud voit dans cet objet la « manifestation d'une liberté au sein d'un cadre structuré dans lequel le hasard tient une place »¹⁴⁰. Tout son discours s'articule autour d'une dimension projective du jeu, c'est-à-dire d'une intentionnalité d'action de la part du joueur – mais aussi du concepteur – qui entre en résonance avec les problématiques soulevées par Miguel Sicart. Cette dimension projective doit pouvoir se manifester dans l'espace de liberté laissé au joueur. Cependant, cet espace de liberté est nécessairement conditionné par la structure, obligatoire, et délivre ainsi la dimension du permis dont les aléas viendront ouvrir le champ des possibles : le joueur n'est pas assuré de sa réussite et ne peut entièrement pré-calculer ses actions. Selon François Pingaud, le jeu émancipateur ne peut advenir que si la structure et le hasard ne sont pas prédominants. Un jeu d'équilibre se met en

¹⁴⁰ F. PINGAUD, *Le Jeu-Projet*, Montpellier, G.E.L., 2002, p. 9

place entre ces deux éléments au sein desquels le joueur doit pouvoir exercer sa liberté. Il est alors actif et déploie de nouvelles capacités : cet exercice de liberté est, pour l'auteur, un miroir des possibilités d'actions dans le monde. Autrement dit, l'exercice de la liberté du joueur produit une forme de réflexion chez ce dernier, un cheminement cognitif qui se fait habitude. Son objet est l'exercice de sa raison en dehors du jeu pour en devenir un individu autonome et non aliéné.

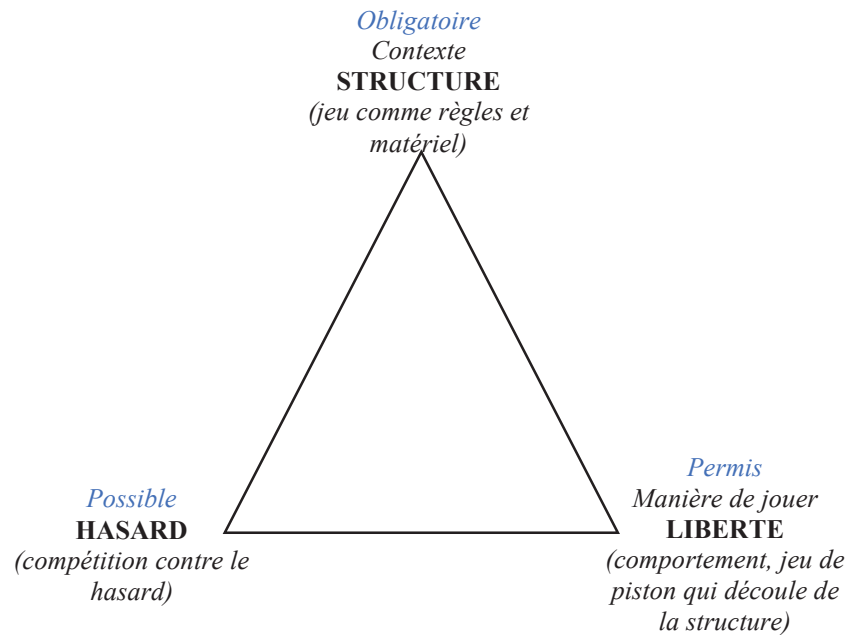


Figure 5.26 Le Jeu-Projet de François Pingaud

En reprenant l'idée de « projet », qui englobe cette triadique du jeu laissant une place importante à la liberté du joueur sans en faire le symbole hégémonique du jeu, il est possible de redéfinir les boucles de jeu « OCR » par des boucles « PTR », Projet – Tension – Résolution.

- **Projet** : il englobe l'idée de liberté du joueur et s'oppose aux conditionnements d'un objectif directif, ordonné par le jeu. Dans le « projet », on retrouve l'idée d'une intention, celle du joueur, qui se co-construit à l'intérieur d'un système de sens et d'une structure réglée. Elle est libre dans le cadre donné du jeu. Ainsi, le projet permet la construction d'un jeu autour d'une intentionnalité du joueur et donc de sa liberté. Il englobe également l'idée de finalité qui trouve alors une nouvelle dimension dans les boucles de jeu de taille Moyenne et Macro.

- Tension : la remise en question de l'idée du *challenge* vient essentiellement de la dimension compétitive qu'elle sous-entend. Celui-ci traduit l'idée du sport, du défi, de la concurrence et de la volonté de gagner. Ici, la tension fait appel à la situation dans un sens moins restreint et permet de le redéfinir en dehors des critères habituels vidéoludiques (obstacle physique, points, temps limité, ennemis, etc.). L'idée de tension souligne l'attitude du joueur en tension physique ou intellectuelle face à une situation. On y retrouve aussi l'idée d'une force qui va structurer l'ensemble du système et d'un dynamisme, comme ce qui rythme le jeu. La tension dramatique, par exemple, sert à maintenir l'intérêt du spectateur : elle laisse présager un détournement ou la production d'un effet poétique. Dans le cadre des jeux, la tension se range du côté des mécaniques, mais elle peut aussi se faire le support d'une narration.
- Résolution : Sur ce dernier terme choisi, se joue un enjeu idéologique de taille : ôter l'idée de récompense du jeu. Ce choix tient là aussi de la polysémie du terme qui peut ouvrir les imaginaires et éviter de conditionner la création de récompenses stéréotypées telles que des points ou des badges dans le cadre de la *gamification*. La résolution peut être consubstantielle de la tension, c'est le sens premier qui vient à l'esprit dans ce contexte : l'acte de résoudre un problème, finalement proche du dénouement. Cependant la résolution cache aussi d'autres idées qu'il est pertinent de mettre à l'épreuve dans les jeux. La résolution c'est aussi la force d'esprit – être résolu – qui induit à la fois une réflexion chez l'individu et une attitude mentale.

Ce travail sur les boucles de *gameplay* n'apparaît ici que comme les prémices d'un travail de redéfinition de la structure des jeux, qui elle aussi témoigne certainement de tendances de l'esprit du temps comme il est vu au chapitre suivant, avec l'idée d'un jeu émancipateur. L'objectif est ici d'agir à l'intérieur du cadre proposé par Marc Albinet en y révélant les idéologies qui se répètent de jeu en jeu. Le projet de jeu proposé, par son double système, a pour spécificité de faire apparaître à chaque niveau – Macro, Moyenne, Micro – au moins deux boucles de différente nature, symbolisant encore une fois la lutte du système idéologique et de celui qui s'y oppose. Par souci de clarté, le même code couleur est appliqué¹⁴¹. Chacune des boucles développe des enthymèmes dont le projet et la tension sont des prémisses, la résolution et la conclusion.

¹⁴¹ Le nombre de boucles de jeu est ici limité aux mécaniques abordées depuis le début du projet. Les boucles additionnelles s'ajoutent tout au long de la construction du jeu, dans les autres chapitres.

Les deux boucles de jeu « Macro » principales

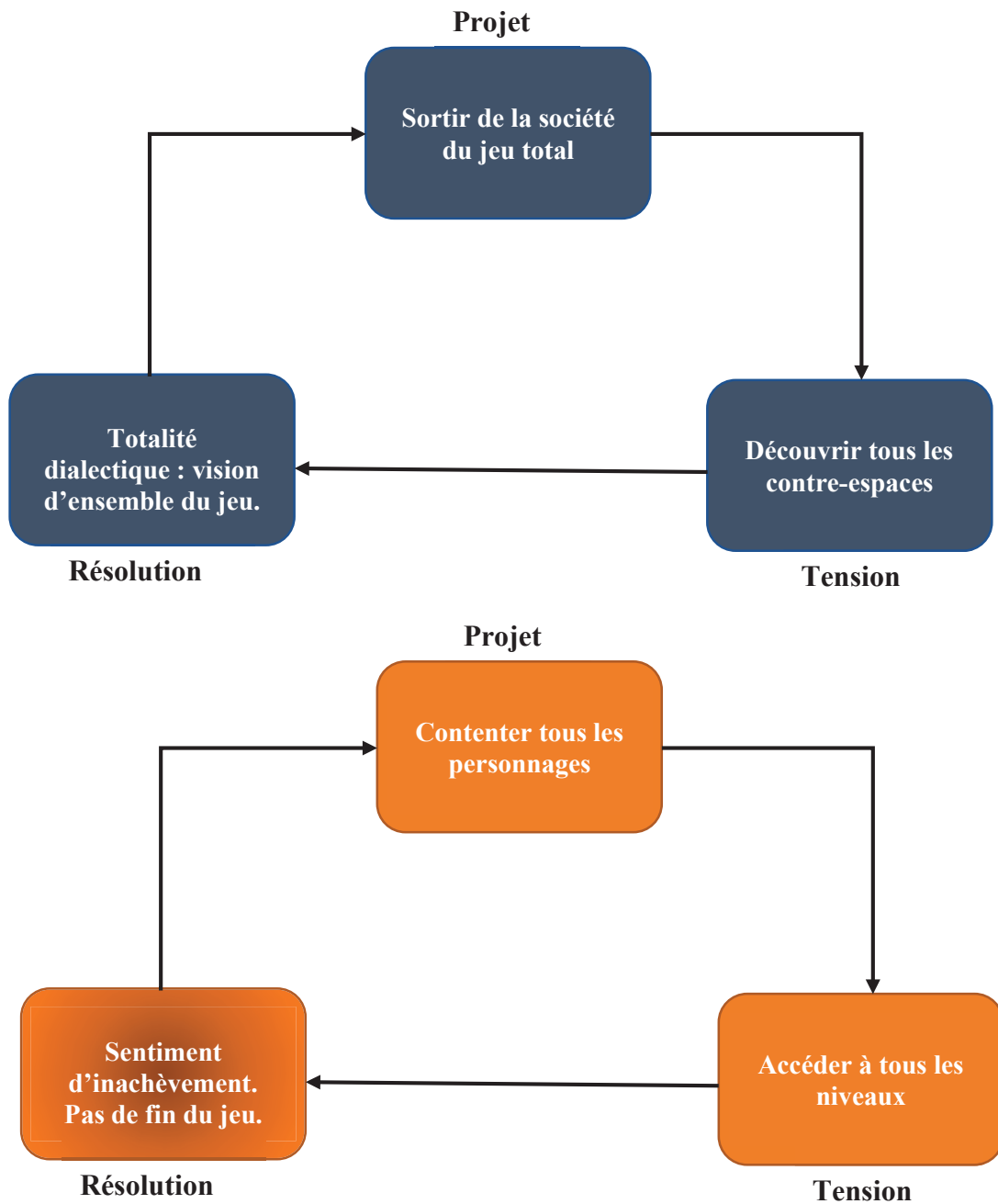


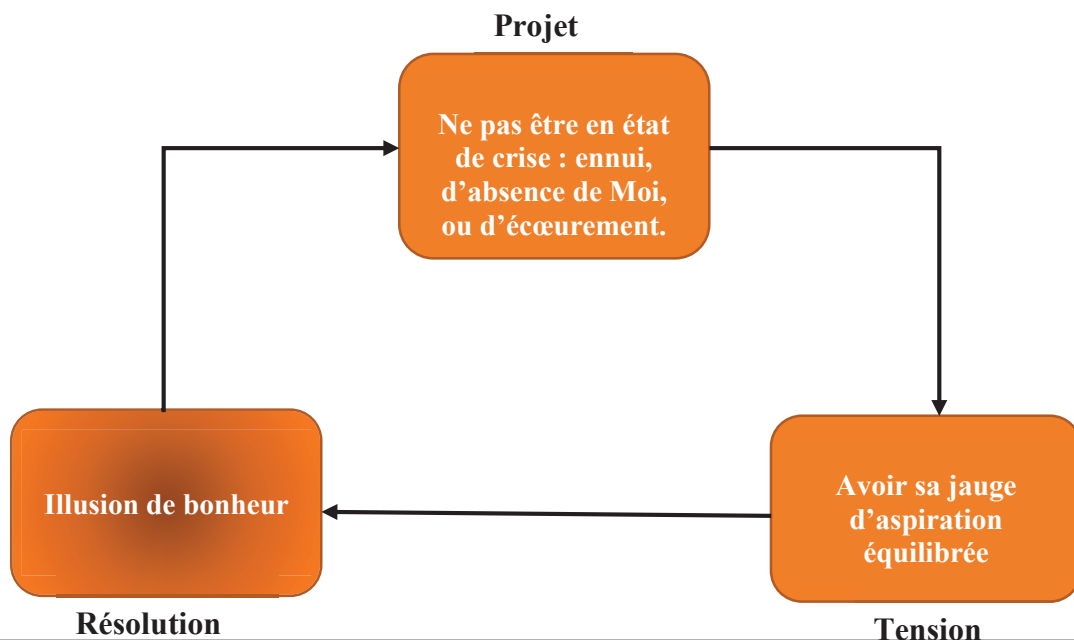
Figure 5.27 Les boucles Macro du jeu

Avant de présenter les boucles Moyennes, il faut s'arrêter un instant sur la résolution proposée en fonction des projets du joueur. En effet dans la boucle « bleue », le joueur atteint une « totalité dialectique »¹⁴² : il a conscience de la totalité historique, du portrait peint par cette

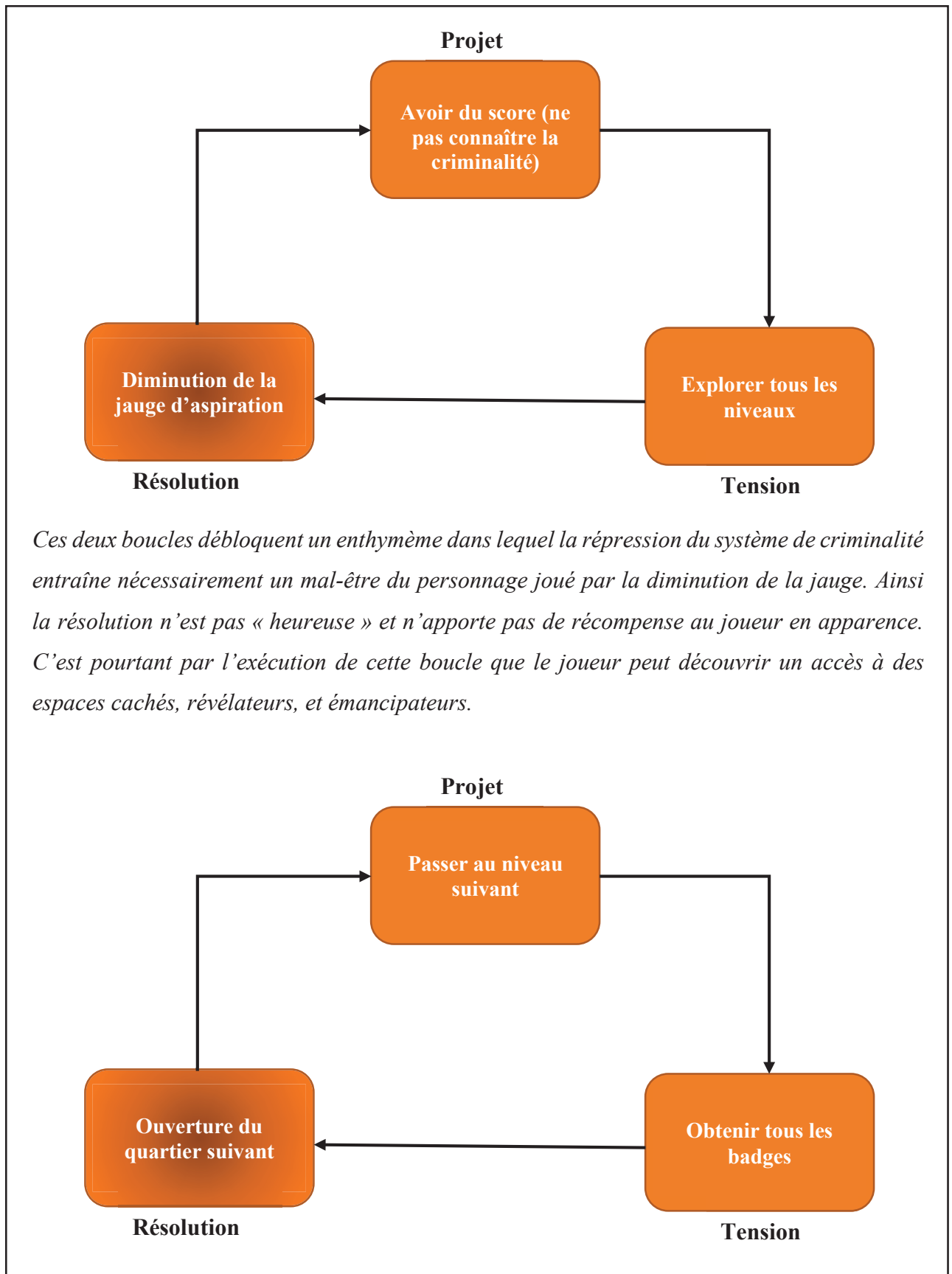
¹⁴² Ce concept, emprunté à Georg Lukács dans *Histoire et Conscience de classe*, suppose le dépassement de la totalité pour aller vers l'émancipation. Lukács, en effet, réconcilie, à la suite des théories marxistes, la

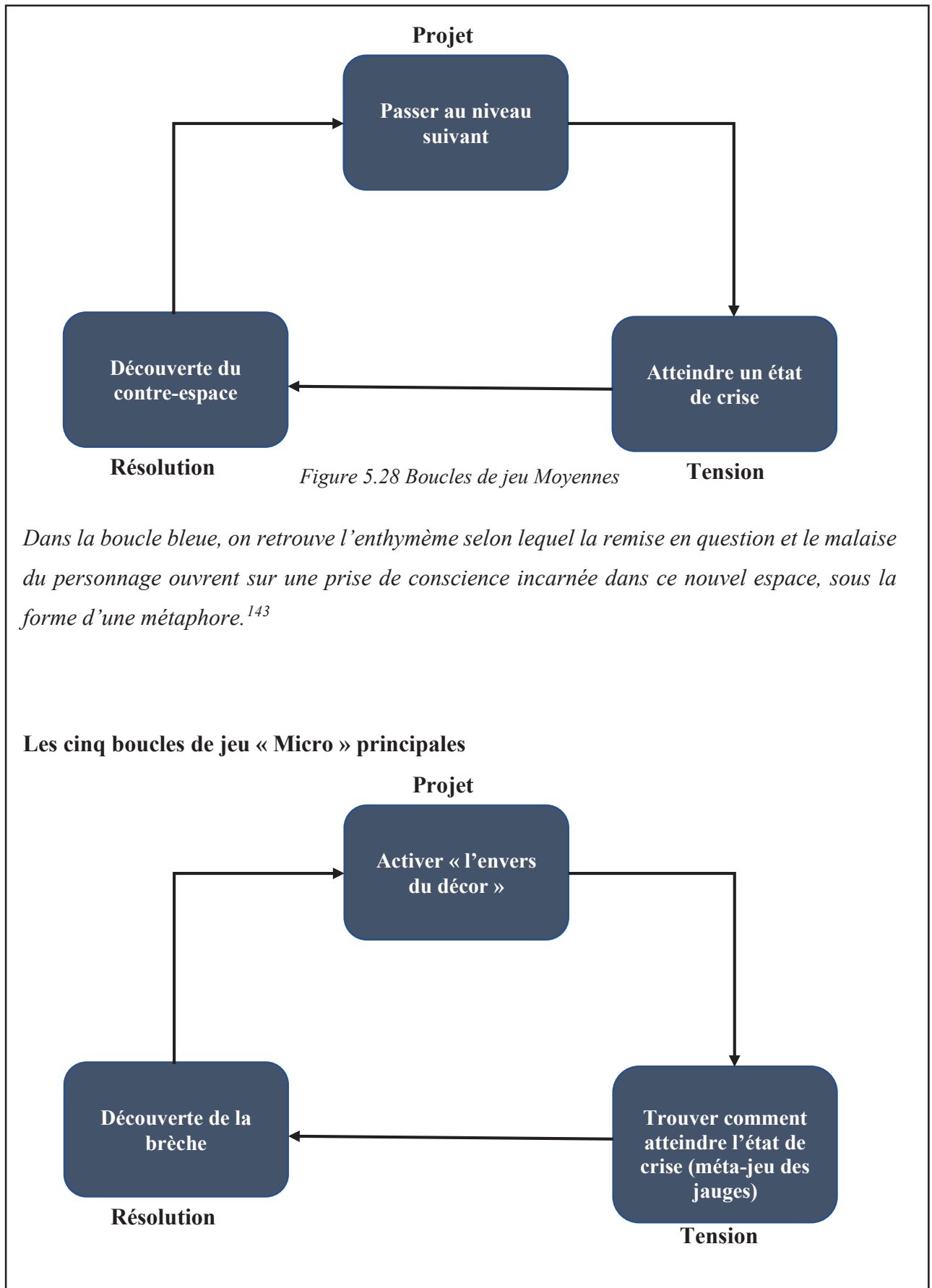
représentation de la société du jeu total, et cherche sa négation, soit à s'en émanciper par l'action politique. L'ouverture à la dialectique concerne l'accompagnement du jeu vers une réflexion plus philosophique mais aussi pratique que le joueur est en mesure d'appliquer en retournant dans sa vie quotidienne. Dans la boucle orange au contraire, le système ne donne pas de résolution à l'histoire. Il n'y a pas de fin, le jeu se relance, entraînant le joueur dans une boucle infinie et lui laissant un goût d'inachevé. La rhétorique qui apparaît ici l'incite à résoudre une tension sous-jacente dont il n'a pas su encore percevoir l'existence, celle des contre-espaces. La double boucle de jeu et les boucles Macro témoignent toutes de la figure de style principale qui se manifeste dans le jeu, à savoir l'antithèse. C'est dans l'absence de réponse aux stimulations, par le rapprochement et l'exploration de deux espaces opposés dans chacun des niveaux, que la critique de la société du jeu total est mise en scène. Ces deux espaces, proches, sont en contraste l'un par rapport à l'autre et entendent bien donner aux joueurs des points de vues divergents, politiques, et critiques le conduisant à une résolution d'ordre intérieur, à savoir l'émancipation par l'exercice de sa liberté dans le cadre fictif du jeu, par la mise à disposition de différents outils théoriques.

Les quatre boucles de jeu « Moyennes » principales

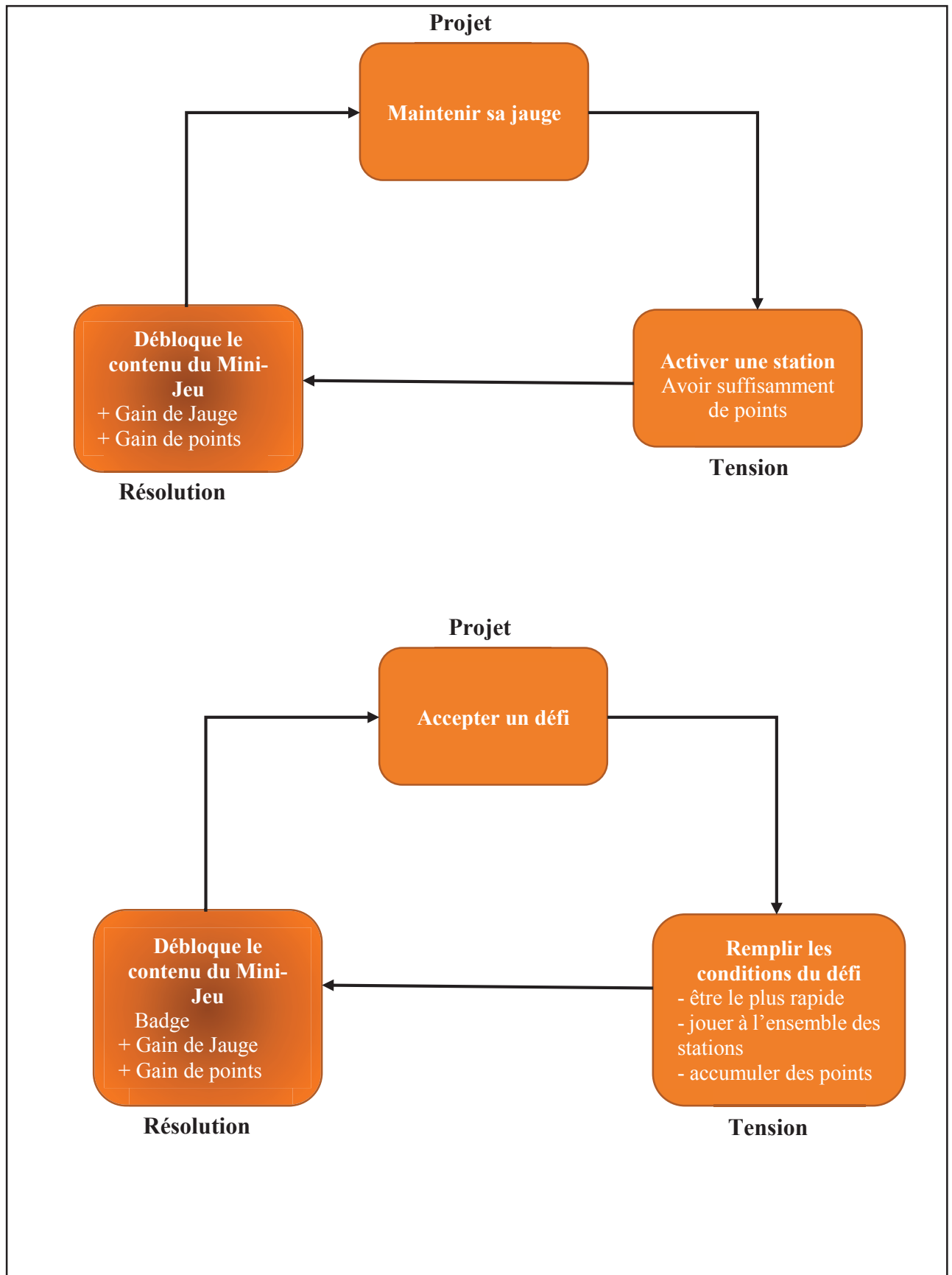


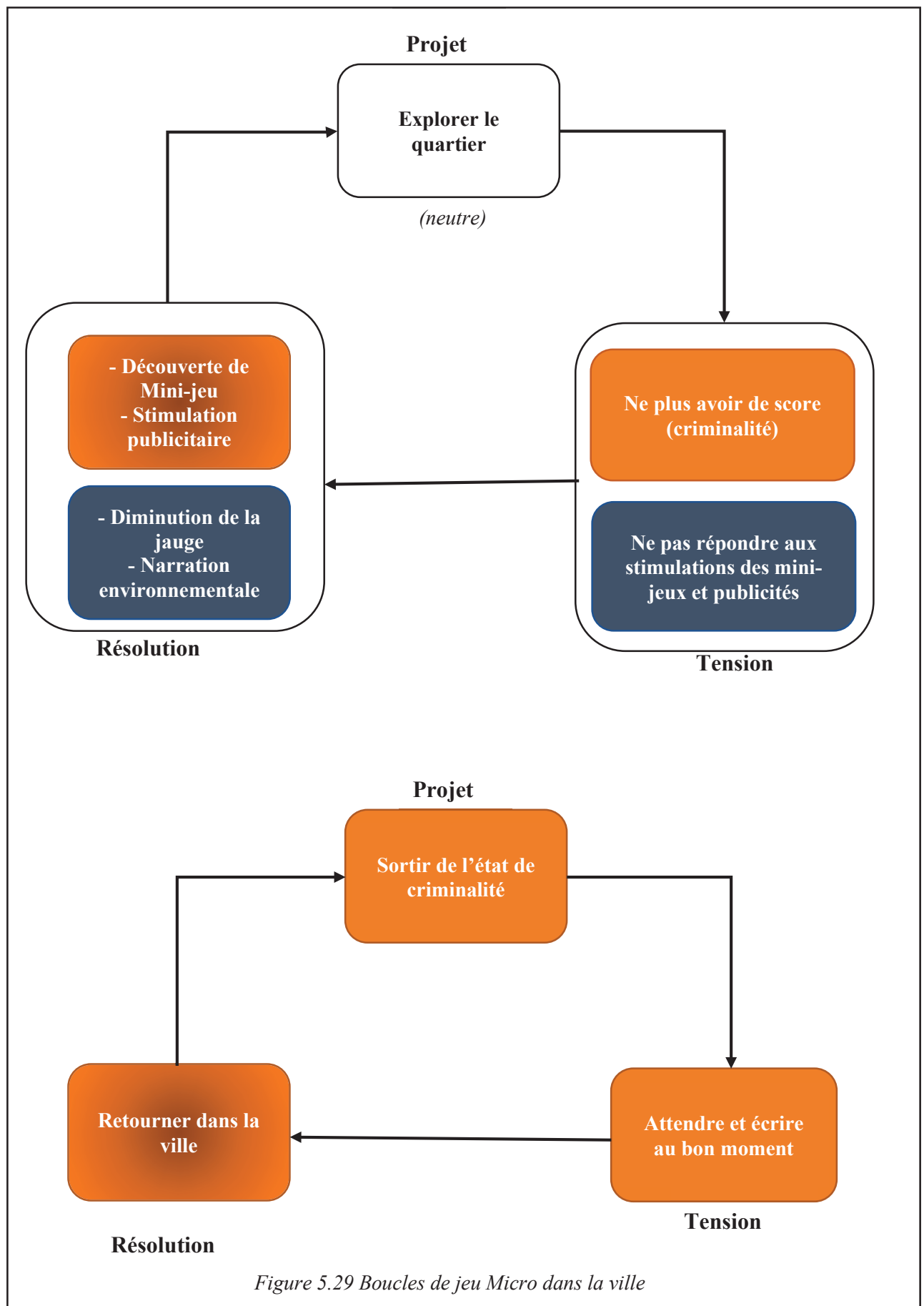
théorie et la *praxis*, entendue comme action politique. Traitant de la culture marchande bourgeoise et de la réification de la classe prolétaire, Lukács analyse les possibilités de son émancipation. Celle-ci n'est possible, selon lui, que par un mouvement dialectique de prise de connaissance historique de sa condition. La conscience doit accéder à la totalité mais aussi la dépasser, car ce n'est qu'en cherchant la négation de la classe prolétaire que celle-ci peut se dissoudre. Ainsi, le prolétariat n'a pas d'idéaux à réaliser. Pour « s'accomplir », il doit souhaiter sa fin.





¹⁴³ La métaphore est une figure de style importante du projet sur laquelle nous reviendrons dans la dernière partie.





Chapitre 6

Artgame & Game Art

Dialectique contre-idéologique ou esprit de la gamification ?

La trajectoire historique entreprise aux chapitres 2 et 3 est incomplète. Pour comprendre ce processus de *gamification* qui se propage dans les sociétés occidentales, il est nécessaire de prendre en compte la sphère artistique qui a été volontairement laissée de côté pour mieux pouvoir traiter des différentes dimensions dans lesquelles se dissémine l'esprit du « jeu ». Si comme proposé précédemment, il est possible de considérer tous les jeux vidéo comme des formes artistiques¹, déployant des savoir-faire, mettant en œuvre une esthétique capable de toucher le joueur en convoquant ses perceptions, ou encore en se faisant les miroirs de la société contemporaine, il existe au sein de ces objets un courant qui connaît depuis les années 1980 un essor considérable. Celui-ci englobe à la fois ce qui est défini comme étant du côté de *l'Artgame*² et à la fois ce qui est considéré comme étant du côté de *Game Art*. Dans ce chapitre, l'attention se porte plus particulièrement sur *l'Artgame* que sur le

¹ Henry Jenkins développe une théorie similaire dans l'article « Games, the New Lively Art » in. *Creative Industries*, sous la direction de John Hartley, Londres, Blackwell Publishing, 2005, pp. 312-327.

² Le terme « *artgame* », comme il est vu plus loin, fait référence à l'art-jeu de Fluxus. Il est ici proposé de conserver le terme anglophone par un souci de référencement à l'appellation de ce courant artistique mais aussi pour éviter la confusion avec cette pratique contemporaine dont le médium n'est pas le jeu traditionnel mais le jeu vidéo. De la même manière, le terme *Game Art* est conservé. Sa particularité est de mettre l'accent sur la dimension artistique, plus que sur le jeu, à la différence de *l'Artgame*. *L'Artgame* lui, selon la construction de ce terme, place le jeu et l'art au même niveau, ou bien le jeu au premier plan – *l'Artgame* s'écrit également *Art Game*.

Game Art qui ne constitue pas l'horizon dans lequel le projet plastique associé à cette thèse s'inscrit. Cependant, les frontières parfois brouillées entre les deux mouvements ne permettent pas d'en faire l'impasse. Une brève définition du *Game Art* est ici proposée, ainsi qu'une analyse sur différentes œuvres référentes qui contribuent à la construction d'une réflexion sur les jeux vidéo artistiques. Ces pratiques s'inscrivant volontairement, ou non, dans le champ de l'art contemporain développent tantôt la création du jeu, tantôt la performance actée d'un joueur comme « œuvre » artistique. Afin de terminer l'entreprise de Totalité, c'est donc dans le domaine de l'art qu'il faut à présent observer une autre manifestation de la société du jeu total. D'où viennent *l'Artgame* et le *Game Art* ? Comment les mouvements d'Avant-garde ou d'Arrière-garde participent-ils de la construction à la fois de la société du jeu total, et à la fois d'une ambition dialectique contre-idéologique, consciente de son histoire et de ses valeurs ?

1. La « dérive »³ du jeu de l'art moderne à l'art contemporain

Si la fonction idéologique des jeux a été explorée à travers leurs histoires, il serait injuste de les considérer seulement comme le support d'expression d'un pouvoir dominant. Les jeux présentent aussi dans leur pratique ou dans leur forme une fonction contre-idéologique permettant de questionner l'ordre du monde. Au fil de l'histoire, pratiques et créations ludiques sont venues défier les institutions qui les tenaient en bride. Elles ne sont pas uniquement les instruments d'idéologies politiques. Alain Cotta, dans *La Société Ludique*, soulève la mise en péril de l'ordre social par les jeux d'argent d'où leur interdiction⁴ au Moyen-Âge et à la Renaissance. Ces jeux pouvaient remettre en question les droits divins qui instaurent l'autorité et le pouvoir par commandement céleste, et faire de l'argent le nouveau Tout-Puissant. Tout comme les jeux de cartes et de plateaux se font les vecteurs de valeurs hégémoniques, ceux-ci peuvent aussi devenir le lieu d'une expression caricaturale, esthétique ou critique, comme en témoignent par exemple le détournement du jeu de l'oie par Georges Lafosse, illustrateur et caricaturiste du début de la Troisième République (Cf. figure 6.2), et le jeu de Loto Domino de De Coqueret de la même période (Cf. figure 6.1).

³ Il est ici fait référence au concept de Guy Debord.

⁴ A. COTTA, *La Société Ludique*, op. cit. p. 86.

Figure 6.1 Georges Lafosse, *Jeu de Lois*, paru en 1871 dans le journal illustré *Le Charivari*, Collection L. Ciompi, A. Seville, Paris

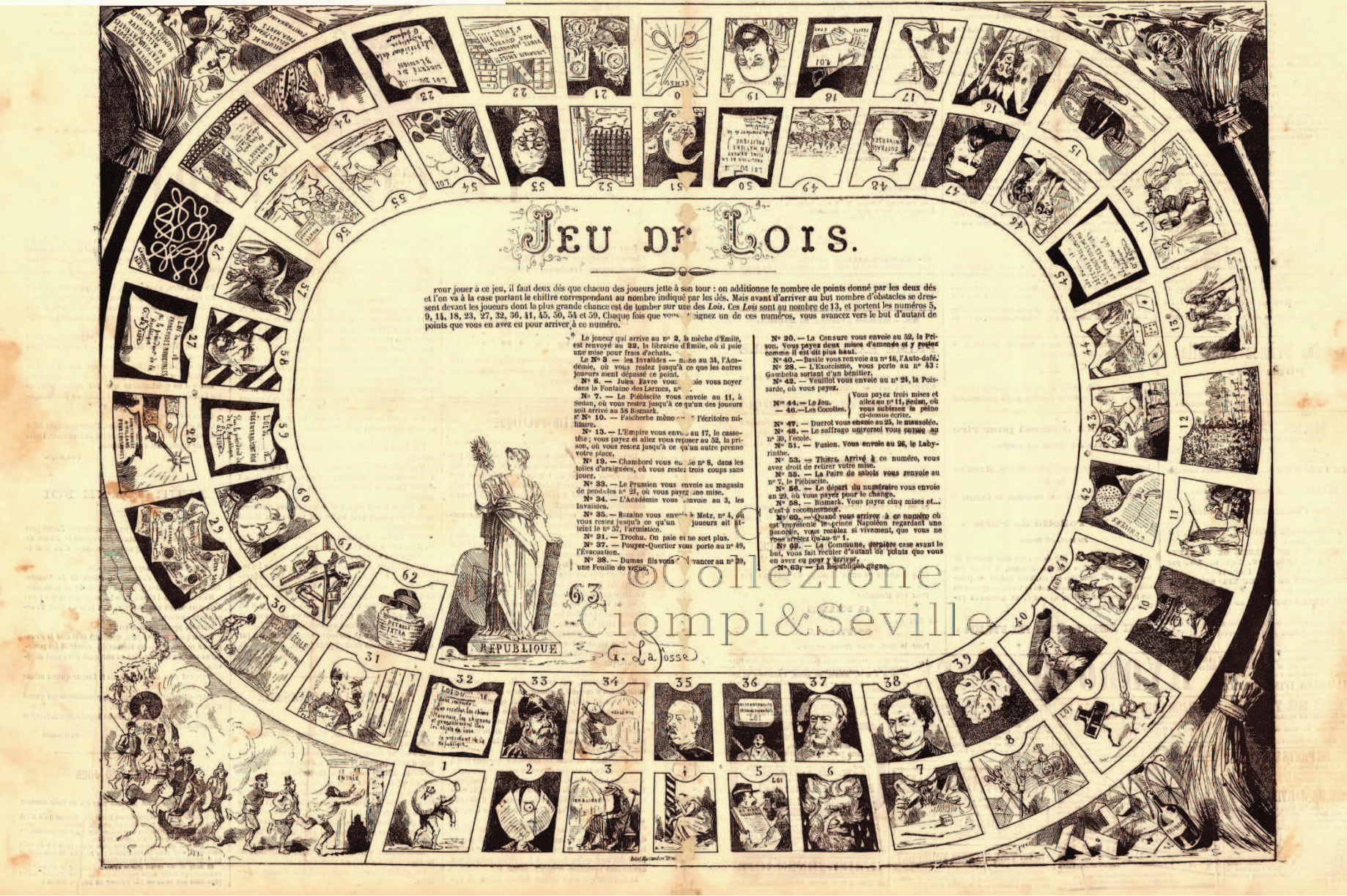




Figure 6.2 De Coqueret, Loto Domino, appelé aussi « Les dés amusants », montrant une caricature des soldats d'infanterie dont l'un trébuche et entraîne les autres durant la marche – à la manière des dominos qui tombent en cascade –, entre 1860 et 1870. La particularité de ce jeu de loto est de remplacer les chiffres par des dés.

Il y a très probablement des rapprochements à faire entre la caricature, dont la diffusion connaît un nouvel essor avec le développement de la presse populaire au 19^e siècle, et les jeux vidéo, notamment les *newsgames* (jeux vidéo journalistiques). La caricature témoigne d'un esprit ludique, de transgression et d'humour qui n'est pas sans relation avec les mouvements de rejet critique qui apparaissent dans Dada, le Surréalisme et Fluxus. Comment l'esprit du jeu habite-t-il ces mouvements ? Quels impacts ceux-ci ont-ils, aujourd'hui, sur l'art contemporain et le jeu vidéo ? A quelles nouvelles pratiques artistiques ces courants donnent-ils naissance et comment, ensemble, participent-ils de l'avènement de la société du jeu total ?

1.1 Dada et le surréalisme : pratiques ludiques des arts

L'exemple le plus frappant de cette fonction contre-idéologique du jeu se trouve dans le mouvement artistique Dada, apparu en 1916. Ce mouvement s'inscrivant en réaction, comme la négation de tout ce qui ressemble de près ou de loin à une institution, a pour objectif la destruction de l'art, c'est-à-dire de l'art dominant du début du 20^e siècle. Face aux atrocités de la Première Guerre Mondiale, Dada apparaît comme : l'anti-raison, celle-ci n'étant bonne qu'à tuer ; l'anti-art, celui-ci n'étant bon qu'à justifier la guerre ; l'anti-politique, celle-ci se faisant l'allié du langage, un instrument trompeur contribuant « au naufrage de la civilisation »⁵ ; l'anti-religion, celle-ci n'ayant fait que la démonstration que

⁵ H. BEHAR, M. CARASSOU, *Dada, Histoire d'une subversion*, Paris, Fayard, 1990, 2005, p. 31.

« le plus pur moyen de témoigner de l'amour à son prochain est bien de le manger »⁶. La radicalité de Dada remet en question toutes les conceptions et tous les modèles traditionnels, tant sur le plan artistique que sur le plan théorique, voulant se faire le témoin de l'échec de la raison et d'une époque, dont l'histoire qui la précède n'aurait fait qu'accumuler autant de fausses notes responsables de la dissonance présente.

Dada lui ne sent rien, il n'est rien, rien, rien

Il est comme vos espoirs : rien

Comme vos paradis : rien

Comme vos idoles : rien

Comme vos hommes politiques : rien

Comme vos héros : rien

Comme vos artistes : rien

Comme vos religions : rien.⁷

Rien n'y échappe. Dada s'attaque à l'ensemble de la culture. Souvent traité d'art « apolitique », Dada ne cherche pas d'alternative, à l'opposé du Futurisme par exemple. Il n'y a pas d'autres valeurs, pas d'élan utopique : Dada constitue, selon Giovanni Lista, « une anti-Avant-Garde »⁸. La douleur⁹ qui s'exprime à l'intérieur de l'état d'esprit de ce mouvement, se dissimule derrière le jeu, le rire, la subversion et le nihilisme¹⁰. Le jeu se fait l'instrument de

⁶ G. RIBEMONT-DESSAIGNES, « Civilisation », in. 391, n°3, mars 1917, cité par Henri Béhar et Michel Carassou, *op. cit.*, p. 31.

⁷ F. PICABIA, « Manifesto Cannibal, Dada, 1918 », in. *Ecrits, I*, Belfond, 1975, p. 152, cité par Henri Béhar et Michel Carassou, *op. cit.*, p. 32.

⁸ G. LISTA, « Une Anti-Avant-Garde », in. *DADA*, in. *Beaux-Arts*, hors-série, n°13, « Dada au centre Pompidou », 2005, pp. 38-49.

⁹ Selon Marc Dachy, dans *Dada, La Révolte de l'art*, Paris, Gallimard, 2005, p. 34, Dada est l'expression d'une douleur liée à la Première Guerre Mondiale, une trace indélébile et traumatisante laissée dans la vie de jeunes adultes ayant été sur le front, ou ayant évité d'y aller.

¹⁰ Le nihilisme nietzschéen est ici mis en pratique, selon Anne Marie Amiot, professeur émérite de Littérature française moderne et contemporaine à l'Université de Nice, dans son article « Georges Ribemont-Dessaignes : du nihilisme Dada au dithyrambe dionysiaque », in. *Noesis*, disponible en ligne (consulté le 18.08.15) disponible à l'url suivant : <http://noesis.revues.org/33>. En effet l'auteur rapproche la formation philosophique de Tristan Tzara mais aussi les textes poétiques de Georges Ribemont-Dessaignes des aphorismes de Friedrich Nietzsche. S'exprime, semble-t-il dans cette souffrance artistique la volonté nécessaire de détruire toutes les valeurs dominantes. Dada exprime un « nihilisme passif », où la dévaluation des valeurs est extrême. Chez Dada, la question du dépassement du nihilisme, elle, reste ouverte. Pour Nietzsche, le nihilisme doit être expérimenté et dépassé. La philosophie est affirmation de la vie. F. NIETZSCHE, *Œuvres Philosophiques complètes, XIV, Fragments Posthumes début 1888 – Janvier 1889*, 17[3], textes et variantes établis par Giorgi Colli et Mazzimo Montinari, traduction Jean-Claude Hémery, Paris, Gallimard, 1977, p. 269 :

« L'art et rien que l'art ! C'est lui seul qui rend possible la vie, c'est la grande tentation qui entraîne à vivre le grand stimulant qui pousse à vivre.

L'art, seule force antagoniste supérieure à toute négation de la vie, l'art, l'antichristianisme, l'antibouddhisme, l'antinihilisme *par excellence*.

L'art, *rédemption de celui qui sait*, – celui qui voit, qui veut voir, le caractère terrible et problématique de l'existence, de celui qui sait tragiquement.

cette revendication, il est définitivement du côté du profane, du quotidien, et alimente les pratiques de Tristan Tzara, Marcel Duchamp, Francis Picabia, Albert Gleizes, Max Ernst, pour n'en citer que quelques-uns. Ce « jeu » est celui de la distance, de la moquerie et de la remise en question des conventions sociales, des règles traditionnelles, des représentations symboliques, mais aussi des matériaux que Dada s'amuse à mélanger. Il est le parfait agent d'une action désacralisée, désenchantée, aléatoire, et au premier abord, de l'insignifiance.

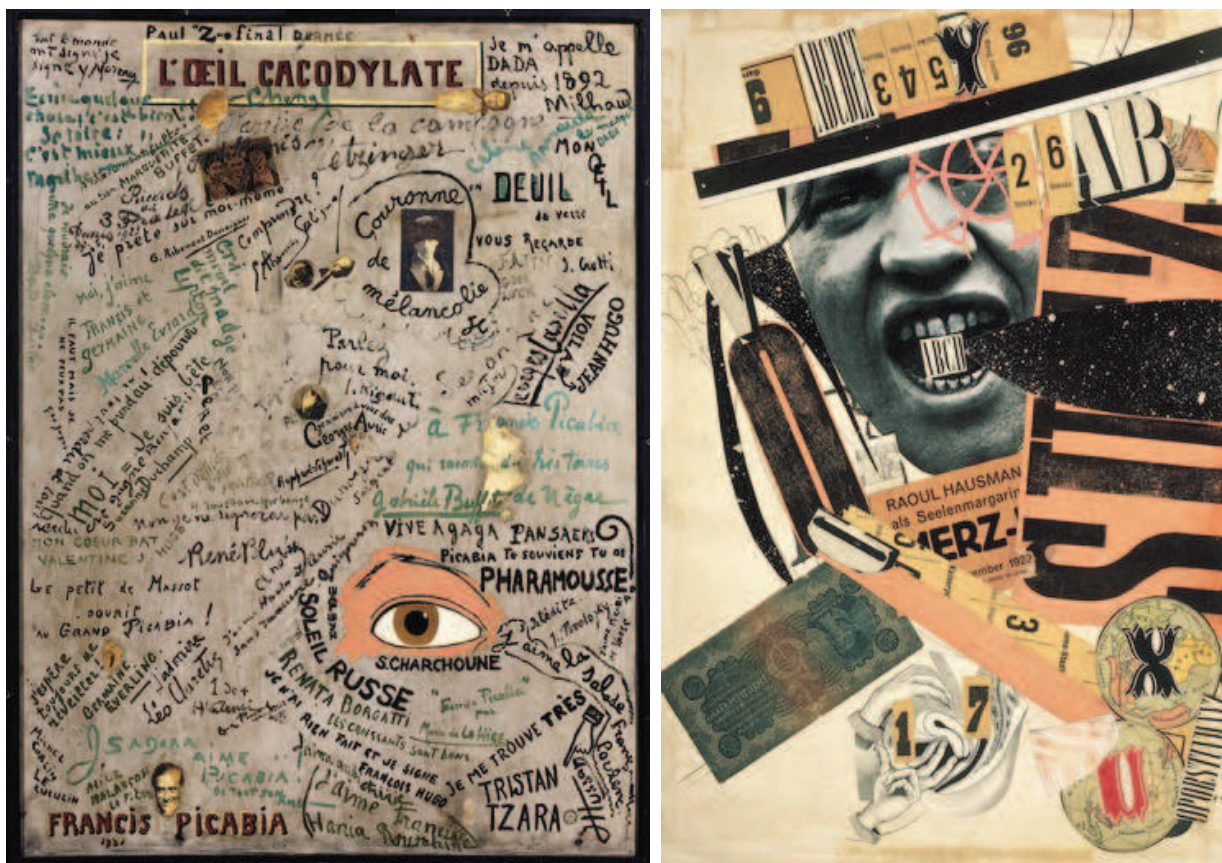


Figure 6.3 A gauche, Francis Picabia, *L'œil Cacodylate*¹¹, 1921. Huile sur toile et collage de photographies, cartes postales, papiers découpés. 148,6 x 117,4 cm. Centre Pompidou, Musée national d'art moderne, Paris.

Figure 6.4 A droite, Raoul Hausmann, *ABCD*, 1923-1924, Collage. Encre de Chine, reproduction de photographies et imprimés découpés, collés sur papier. 40,4 x 28,2 cm. Centre Pompidou, Musée national d'art moderne, Paris.

L'art, *rédemption de celui qui agit*, – de celui qui non seulement voit, mais vit, veut vivre, le caractère terrible de l'existence, de l'homme tragique et guerrier, du héros.

L'art, *rédemption de celui qui souffre*, – voie d'accès à des états où la souffrance est voulue, transfigurée, divinisée, où la souffrance est une forme de grande volupté ».

¹¹Selon Thierry Lefebvre, « Picabia et le cacodylate de soude », le cacodylate renvoie au cacodylate de soude, médicament utilisé à l'époque pour traiter les maladies mentales. Ces maladies mentales étaient simulées lors de la Première Guerre Mondiale pour éviter de partir au front. in. *Revue d'histoire de la pharmacie*, 91^e année, n°338, 2003, pp. 300-304, disponible en ligne (consulté le 18.08.15), à l'url suivant : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pharm_0035-2349_2003_num_91_338_5522.

Pourtant l'attitude ludique de Dada est aussi porteuse d'une subversion qui fait débat chez les critiques. En effet, la radicalité de Dada l'inscrit dans une portée, peut-être malgré elle, revendicatrice, contestatrice et critique. Henri Béhar et Michel Carassou, dans *Dada, Histoire d'une subversion*, relèvent la critique de Dada et son rôle d'entreprise du « salut public » mais aussi l'absence d'alternative aux valeurs ciblées de la société bourgeoise¹². Dans son livre *Dada, La Révolte de l'art*, Marc Dachy, lui, au contraire, voit dans cette *tabula rasa* la volonté de mettre cette « folie agressive »¹³ au service de valeurs plus hautes¹⁴. En effet, si Dada exprime une révolte sauvage et destructrice, celle-ci permet, comme le souligne Giovanni Lista, d'élargir le territoire d'action de l'art.

Convoquer Dada, ici, n'est pas anodin au vue de la transfiguration du monde de l'art qu'il initie. Peut-on voir dans Dada, l'expression de cette dissémination ludique qui était jusque-là cantonnée dans le domaine de l'art à des images du jeu, plus qu'à des appropriations de ses structures ? Si Dada, n'est qu'un précurseur sur la dissémination du jeu dans l'art, il est incontestable que celui-ci apparaît dans les techniques des artistes de ce mouvement. Ceci est d'ailleurs plus visible dans le Surréalisme dont André Breton permet de faire le trait d'union entre les deux courants. Le jeu se développe comme une attitude créative.

*Artists have used game as a medium of exploration and expression for over one hundred years. Like art, games tend to reinforce larger cultural influence. Artists, especially those who followed the surrealist and Fluxus movements, also tend to play games as a form of recreation and research. Furthermore, artists tend to be critical of the ways game are tied to social structures, economies, and ideas of their times.*¹⁵

Selon Mary Flanagan, dans le Surréalisme, le jeu n'est pas utilisé comme une récréation mais comme une recherche active : il constitue un mode d'être. Sa fonction est en lien étroit avec la psychologie et cherche à révéler le fond de la pensée.

¹² H. BEHAR, M. CARASSOU, *op. cit.*, p. 31 et p. 33.

¹³ L'expression est empruntée à Henri Béhar et Michel Carassou, *Ibid.* p. 31.

¹⁴ M. DAUCHY, *op. cit.* p.34.

¹⁵ M. FLANAGAN, *Critical Play, Radical Game design*, p. 88.

[Traduction] Les artistes ont utilisé les jeux comme un medium d'expression et d'exploration depuis plus de cent ans. Comme l'art, les jeux ont tendance à renforcer l'influence culturelle dominante. Les artistes, particulièrement ceux qui ont suivi les mouvements du Surréalisme et de Fluxus, ont eux aussi tendance à jouer des jeux comme une forme de récréation et de recherche. Plus encore, les artistes ont tendance à être critiques de la manière dont les jeux sont liés aux structures sociales, économiques, et aux idées de leur temps.

SURREALISME, n. m. Automatisme psychique pur par lequel on se propose d'exprimer, soit verbalement, soit par écrit, soit de toute autre manière, le fonctionnement réel de la pensée. Dictée de la pensée, en l'absence de tout contrôle exercé par la raison, en dehors de toute préoccupation esthétique ou morale.

ENCYCL. *Philos.* Le surréalisme repose sur la croyance à la réalité supérieure de certaines formes d'associations négligées jusqu'à lui, à la toute-puissance du rêve, au jeu désintéressé de la pensée. Il tend à ruiner définitivement tous les autres mécanismes psychiques et à se substituer à eux dans la résolution des principaux problèmes de la vie.¹⁶

Les techniques de l'écriture automatique, du copier/coller, remontage, assemblage mettent en scène l'aléatoire, essayant de faire abstraction de l'intellectualisation du processus pour court-circuiter l'expression consciente. Les techniques du cadavre exquis témoignent aussi d'un jeu des artistes pour donner naissance à des formes imprévisibles et surprenantes. Les Surréalistes créent des jeux comme moteurs artistiques. Ils font partie de leurs processus créatifs et apparaissent comme des moyens d'exploration stylistique, artistique, psychologique et aussi critique des normes sociales. Dans le jeu, c'est toujours la rationalité et ses dérives qui sont visées comme avec Dada. Pourtant, comme il a été vu au chapitre 2, à la fin du 19^e siècle et au début du 20^e, le jeu devient institutionnel en se rationalisant de plus en plus. N'y a-t-il pas un paradoxe à voir le développement du jeu rationnel et son institutionnalisation dans les sphères du loisir et du travail, et un développement du jeu comme l'« autre » de la raison dans le domaine artistique ? Avons-nous à faire à deux tendances du jeu qui se développent en parallèle sans jamais se rencontrer ? Ou bien au contraire, le jeu plonge-t-il ses branches dans différents domaines, irriguant, par la même, le flux d'une société du jeu total, s'alimentant et se construisant des différentes rencontres qui se trouvent sur sa route ?

Pour tâcher de comprendre ces contradictions autour du jeu, de sa place au début du 20^e siècle, il est important de poursuivre la trajectoire de cette dissémination des activités ludiques dans les arts, car aujourd'hui le ludique apparaît comme une norme installée dans l'art contemporain. Il est mode de pensée et mode de création. De Dada, au Surréalisme, c'est à présent du Situationnisme à Fluxus qu'il faut passer. Ce sont dans ces différents courants que les racines des pratiques plastiques contemporaines plongent et ce sont eux qui donnent naissance à un savoir-faire artistique vidéoludique – mais ils ne sauraient être exclusivement les seuls, au vue de la trajectoire totale analysée dans la première partie.

¹⁶ A. BRETON, *Manifestes du Surréalisme*, Paris, Gallimard, Société Nouvelle des Editions Pauvert, 1979, p. 36.

1.2 Du Situationnisme à Fluxus

La chercheuse Célia Pearce, également artiste-conceptrice de jeux vidéo et commissaire d'exposition, travaille sur les liens entre « l'art-jeu digital » et Fluxus. Selon elle, l'esprit Fluxus habite les créations numériques qui manifestent subversion, détournement et satire¹⁷. Olivier Lussac, professeur d'esthétique à l'Université Paul Verlaine de Metz propose dans *Happening & Fluxus, polyexpressivité et pratique concrète des arts*, un arbre généalogique¹⁸ qui permet de relier Dada, Surréalisme, Fluxus et tout ce qui se rapporte aux dispositifs interactifs, multimédia et arts électroniques. Cette construction généalogique permet de resituer les pratiques qui font l'objet de cette étude comme découlant principalement de ces mouvements artistiques. Avant d'en faire état en les resituant dans leur contexte d'émergence, il est nécessaire de brièvement définir le mouvement Fluxus, aussi difficile soit-il de poser une définition sur un flux insaisissable. En effet, selon Olivier Lussac, il est impossible de catégoriser Fluxus, il s'agit plus d'un état d'esprit que d'un mouvement dont les principes seraient figés¹⁹. Cependant, certains d'entre eux sont reconnaissables. Olivier Lussac propose de définir l'esprit Fluxus comme ce qui refuse la tradition occidentale, qui valorise l'acte de création plus que l'objet créé, la performance plus que la conception et la compétence. Fluxus s'appuie sur l'Internationale Situationniste initiée par Guy Debord qui traduit un mouvement d'Avant-garde critiquant l'idéologie bourgeoise moderne.

La bourgeoisie doit surtout empêcher un nouveau départ de la pensée révolutionnaire. Elle a eu conscience du caractère menaçant du surréalisme. Elle se plaît à constater, maintenant qu'elle a pu le dissoudre dans le commerce esthétique courant, qu'il avait atteint le point extrême du désordre. Elle en cultive [...] une sorte de nostalgie, en même temps qu'elle discrédite toute recherche nouvelle en la ramenant automatiquement au déjà-vu surréaliste [...].²⁰

Les Situationnistes apparaissent en réaction à la récupération du Surréalisme par celle-ci. Guy Debord propose une théorie de la « dérive » comme source d'émancipation. Celle-ci s'oppose

¹⁷ C. PEARCE, « The Aesthetics of Play », in. « Fluxus and Legacy », numéro spécial de la revue *Visible Language*, supervisé par Ken Friedman and Owen Smith, éditée par Sharen Poggenpohl, 2006, p. 69.

¹⁸ O. LUSSAC, *Happening & Fluxus, polyexpressivité et pratique concrète des arts*, Paris, L'Harmattan, 2004, p. 11. Cf. Annexe Figure A.11 Reprise de la généalogie d'Olivier Lussac (en version simplifiée), en ajoutant les courants du Game Art, de l'Artgame et les formes spécifiques des ARG et des Machinimas.

¹⁹ *Ibid.* p. 20.

²⁰ G. DEBORD, *Rapports sur la construction des situations*, Paris, Mille et une Nuits, 2000, p. 16.

aux différents procédés du Surréalisme, devenus des modes, ou des « objectifs serviables »²¹ alliés de la société bourgeoise, comme le dit Peter Bürger, professeur de littérature et philosophe. L'exemple le plus frappant de cette récupération est développé par Guy Debord dans *Le Bulletin Central édité par les sections de l'Internationale Situationniste* en 1958 : il s'agit de l'écriture automatique. Alors que celle-ci visait la libre expression inconsciente, elle se retrouve exploitée sous la forme du « *brainstorming* ». Ce procédé vise alors la productivité par association d'idées. Utilisé par « l'armée, l'administration, la police ou encore la recherche scientifique »²², le *brainstorming* se dissémine à la même époque que l'apparition de l'utilisation du jeu d'entraînement dans le domaine militaire et du travail en général. Aujourd'hui, c'est une méthode répandue dans le domaine managérial : elle est caractéristique de la figure du *funconsultant* développée au chapitre 2 et 3, cherchant la productivité maximale de son équipe et ses meilleures idées. Les procédés ludiques du Surréalisme pénètrent des sphères poreuses de différentes natures : sociale, culturelle, économique. Le jeu se diffuse dans les aspérités de chacune d'entre-elles.

Pour les Situationnistes, la critique de « l'aliénation du vieux monde » consiste en la « non-intervention » des philosophes et penseurs trop occupés à regarder les universaux. Celle-ci prend la forme de situations qui cherchent à susciter un élan créateur chez le spectateur. L'objectif est de donner, à ce dernier, les capacités d'agir²³ non seulement sur la scène artistique mais aussi dans sa vie, puisque avec eux l'art se déplace sur le terrain du quotidien et ne doit plus constituer une sphère à part. Tout comme le jeu, il doit se disséminer dans le réel et ne faire plus qu'un avec lui. Les frontières doivent être brouillées. Ils deviennent l'un comme l'autre, avec Fluxus, un « *ludus populus* »²⁴, une pratique ludique populaire. Fluxus entretient l'esprit Situationniste et Dada, puisque la figure dominante de ce courant, George Maciunas, le définit, lui aussi, comme un « art-nihilisme » rejetant toutes les catégories du Grand Art et du mercantilisme²⁵. Avec Fluxus, l'art n'est plus seulement « art », il est « art-jeu ».

²¹ P. BÜRGER, *Théorie de l'Avant-Garde*, traduction Jean-Pierre Cometti, Paris, Questions Théoriques, 2013, p. 178.

²² G. DEBORD, « Bulletin Central édité par les sections de l'Internationale Situationniste », n°1, juin 1958, repris par Peter Bürger, dans « L'héritage ambigu de l'Avant-Garde », *op. cit.*, p. 178.

²³ Ce domaine de l'action fait échos à ce que l'on retrouve dans le jeu vidéo dans l'analyse de la *ludosis*. Cf. chapitre 4, p. 176. En effet dans ces logiciels, le sens est au service d'une action hégémonique.

²⁴ C. PEARCE, *op. cit.*, p. 72.

²⁵ J. HENDRICKS, « Qu'est-ce que Fluxus ? Qu'est-ce que ce n'est pas ! Et pourquoi ? », in. *Fluxus, Révolution*, Paris, L'esprit du Temps, 2009, pp. 7-8.

[...] l'art-jeu doit être simple, amusant, sans prétention, s'intéressant aux choses insignifiantes, ne demandant ni habileté particulière ni répétitions innombrables et n'ayant aucune valeur marchande ou institutionnelle. [...].

L'art-jeu de Fluxus est une arrière-garde sans prétention ni besoin de s'opposer à l'Avant-garde dans la lutte pour la suprématie. [...]. C'est un mélange de vaudeville, de gag, de jeu d'enfant, de Spike Jones et de Duchamp.²⁶

Le manifeste de George Maciunas se construit comme l'antithèse de la définition de « l'art » qui, à l'opposé de l'« art-jeu », est « prétentieux, profond, intellectuel, inspiré, adroit, théâtral et significatif. », qui doit « avoir une valeur marchande » et apparaître comme « une chose rare »²⁷. Les performances ou objets Fluxus sont construits sur l'humour. Ils développent l'idée d'un art facile et surtout d'un art sans règle, déhiérarchisant les valeurs archaïques de la figure de l'artiste pour valoriser son absence. Le jeu apparaît ici aussi comme un détournement et une désintégration des notions artistiques traditionnelles. Par exemple, *4'33* de John Cage traduit une remise en question de la notion d'œuvre d'art. Cette rupture des codes classiques révèle la musique du spectateur (par exemple : toux, raclement de gorge), invité à rompre le silence enregistré et parcouru de toutes sortes de parasites sonores. Ce morceau de musique imperceptible, vide de sons, est caractéristique de l'une des attitudes Fluxus. Yoko Ono, s'inscrit aussi dans ce mouvement Fluxus. *Cut Pieces*, mettant en scène l'artiste et le découpage de ses vêtements par le public, interroge à la fois sur le statut de l'artiste, « mise en pièce » mais aussi apparaissant sans fard et vulnérable, et à la fois l'acte du spectateur choisissant l'emplacement où prélever le vêtement, réfléchissant où dénuder l'artiste, ou bien encore quels morceaux emporter avec soi.

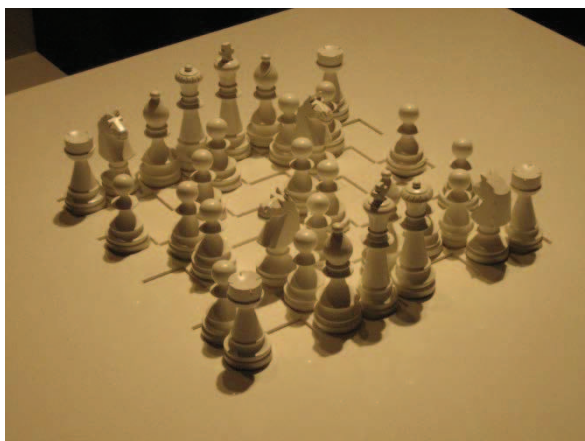


Figure 6.5 A gauche, Yoko Ono, *Play It By Trust*, 1966, Figure 6.6 A droite, Yoko Ono, *Cut Pieces*, 1965

²⁶ G. MACIUNAS, « Manifeste Fluxus », 1963, in. *Fluxus, Révolution*, op. cit., p. 21.

²⁷ *Ibid.* p. 20

Fluxus traduit aussi une relation avec le jeu en tant qu'objet. Yoko Ono propose une revisite du jeu d'échecs avec l'œuvre *Play It By Trust*, mettant en scène un plateau monochrome dont les cases sont peu visibles et dont les pièces sont, elles aussi, baignées de blanc. L'objet, fait pour être joué, pousse, selon Mary Flanagan, à la collaboration et invite toujours le public à le manipuler. Le plateau et les pions révèlent aussi l'absence de confrontation, pouvant tendre du côté de l'harmonie retrouvée. Le conflit a disparu.

Öyvind Fahlström, lui aussi, s'approprie le jeu pour travailler sa symbolique et manipuler ses représentations tant formelles que structurelles. En reprenant l'exemple du *Monopoly* et ses détournements, on retrouve en 1971, chez l'artiste une nouvelle proposition de jeu, l'*U.S Monopoly* dont le plateau est politisé. Chaque quartier correspond à un pays hiérarchisant l'ordre mondial. La particularité du plateau est que les cases ne sont pas figées mais aimantées : il est donc possible d'agencer l'ordre des pays, en donnant un espace de liberté que les joueurs peuvent manipuler. Remplacer les représentations en jeu dans cet espace par les différentes puissances économiques implique le joueur dans une dimension politique.

Mon jeu de Monopoly se compose de 2 à 300 éléments magnétiques peints [...]. Ils mettent en cause le commerce mondial, la politique mondiale, la gauche et la droite aux USA, en Indochine, la CIA, les forces de libération du tiers-monde. On peut les jouer tous, suivant les règles indiquées sur les tableaux. C'est une variante du Monopoly, le jeu du capitalisme, une présentation simplifiée du commerce des plus-values [...]. Le bleu représente les USA, le violet l'Europe, le rouge la Russie, le jaune la Chine, l'orange le Nord Vietnam, et le tiers-monde va du brun-rouge au bleu-vert. En choisissant son camp et sa stratégie, le joueur prendra part à un psychodrame politique miniature.²⁸

²⁸ O. FAHLSTRÖM, extrait du catalogue « Collection art contemporain » – La collection du Centre Pompidou, Musée national d'art moderne, sous la direction de Sophie Duplais, Paris, Centre Pompidou, 2007, disponible en ligne (consulté le 19.08.15) à l'url suivant : https://www.centrepompidou.fr/cpv/ressource.action?param.id=FR_R-cff4bfe8c7cdd7d189e5787ad1e2ea54¶m.idSource=FR_O-691fe9cb66f04acd7cd5b16c6b5b1e7b.

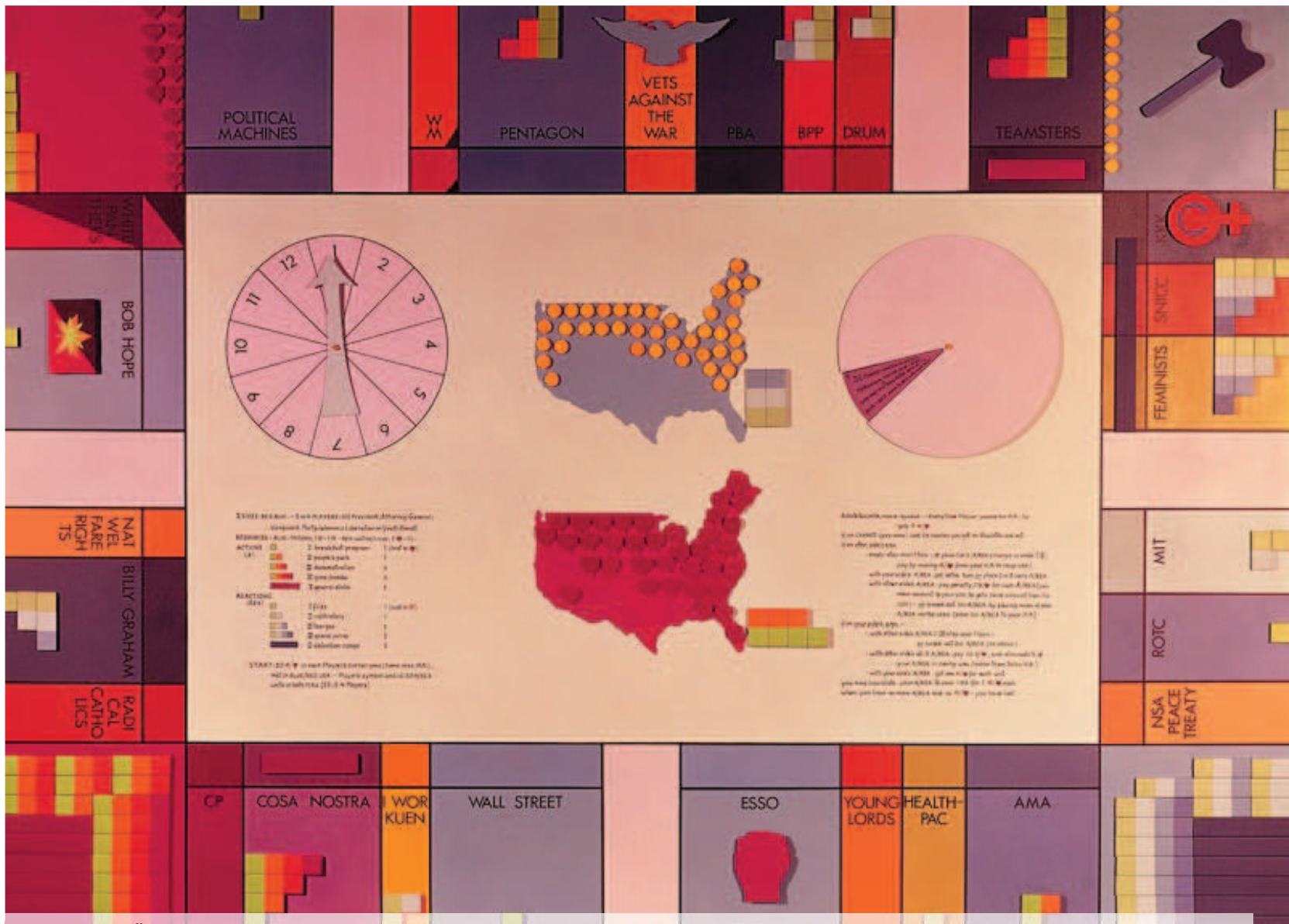


Figure 6.7 Öyving Fahlström, *U.S. Monopoly (Large)* (*Grand Monopoly des Etats-Unis*), 1971, peinture acrylique, métal, aimant, vinyle, 92.5x128.5 cm

1.3 L'échec de l'Avant-garde, « hit-parade »²⁹ d'une institution artistique contemporaine

Ce détour nécessaire par Dada, le Surréalisme et Fluxus permet d'apporter des éléments caractéristiques de l'art contemporain qui se manifestent à leur tour dans le courant de l'*Artgame*.

Le renouvellement, l'appropriation, l'hybridation, le métissage des matériaux, des formes, des styles et des procédés – librement utilisés sans soucis de hiérarchisation – jouent un rôle essentiel dans la contemporanéité.³⁰

L'utilisation de nouveaux matériaux, comme les jeux ou les technologies, sont des procédés qui perdurent aujourd'hui. Mais plus encore, cette « dérive » du jeu, passant d'une sphère à l'autre, montre les connexions en germe de la société du jeu total. Expérimenter par le jeu offre de nouvelles perspectives, immédiatement mises au service de l'idéologie bourgeoise par soucis de « productivité ». L'exemple de la métamorphose de l'écriture automatique en *brainstorming* par le Surréalisme n'est pas un cas isolé. Aussi il est possible d'interroger l'éventuelle affiliation entre le mécanisme du copier/coller de Dada et le raccourci du même nom utilisé sur l'ordinateur³¹. Le jeu au service de l'économie se développe en parallèle de son utilisation dans le champ de l'art qui le nourrit. La *gamification* et la *playification* voudraient bien faire croire qu'elles se révèlent de cet esprit de détournement, symbole d'intelligence, de créativité, mais surtout de liberté. Dans l'Avant-garde, jouer, avec les codes esthétiques et sociaux, c'est être libre, émancipé, non-aliéné aux logiques de productivité. La figure du joueur de jeu vidéo aujourd'hui, celle du *geek*³², est encore empreinte de celle du *hacker*, en d'autres termes celle de la transgression, la même qui se retrouve à l'une de leurs origines dans les esprits de Steve Russel, Martin Graetz, Wayne Witanen, Peter Samson, Alan Kotok, Dan Edward, Steve Piner et Robert A. Saunders. Mais aujourd'hui le *geek*, n'est plus ce *hacker*, il n'est plus révolté, où alors sa révolte se tourne uniquement vers ses produits affectionnés, ses jeux vidéo, attestant de son enfermement dans une culture vidéoludique

²⁹ Emprunt de l'expression à Peter Bürger, *op. cit.* p. 179

³⁰ M. JIMENEZ, *La Querelle de l'art contemporain*, Paris, Gallimard, 2005, p. 152.

³¹ B. SCHRANK, *Avant-garde videogames, playing with technoculture*, Cambridge, MIT Press, 2014, p. 61. Pour l'auteur le procédé du copier/coller en informatique est affilié avec les procédés Dada, qui témoigne, par conséquent, de l'intégration de ce mouvement dans la technoculture.

³² Selon David Peyron, docteur en sciences de l'information et de la communication, le terme « Geek » fait référence au « stéréotype technophile, passionné d'innovations numériques, d'informatique, de programmation » et « affranchi des contraintes techniques ». Cf. « Culture Geek et Logiciel Libre : une approche idéologique et communautaire de l'informatique », Colloque « Logiciels Libres, Innovations en Réseau », 2007.

kitsch et *mainstream*. Les *serious games* souhaitent aussi jouer de cette tendance, se montrer à la page de cette société informatique ludique. Donner à imaginer que le travail est transgressé, détourné par le jeu, alors qu'en réalité, c'est bien le jeu, lui-même, qui est transgressé et subverti. Si le jeu apparaît avec Dada, le Surréalisme et Fluxus à ces débuts, comme une bulle d'oxygène, le néolibéralisme est en train de pomper l'entièreté de cet air critique et révolté, jusqu'à l'essoufflement de ses promesses.

Peter Bürger, dans « L'héritage ambigu de l'Avant-Garde », explique comment la pérennité de l'Avant-garde traduit l'échec de ses revendications critiques.

Je pense au poids des pratiques et des procédés néo-Avant-gardistes dans l'entreprise artistique actuelle. La pérennité de l'Avant-garde est ambiguë en ce que son échec a pris la forme d'un succès foudroyant. Le dépassement de l'art dans une pratique *autre* de la vie, que visait l'Avant-garde n'a pas eu lieu. [...] En outre, les catégories centrales de production et de réception esthétiques propres à l'Avant-garde : la rupture et le choc, la provocation et la subversion, ont fait leur entrée dans le discours de l'institution en détrônant, pour une large part, les concepts esthétiques conventionnels comme l'harmonie et la cohérence. [...] Tandis que se mêlent ainsi l'échec et le succès de l'Avant-garde historique, le succès se révélant comme échec et l'échec comme unique possibilité de demeurer fidèle au projet de l'Avant-garde, il est possible de faire une distinction claire entre les mouvements nés dans la période d'après la seconde guerre mondiale, et se rapportant à l'Avant-garde, et des positions individuelles oscillant entre un authentique héritage et un accaparement néo-Avant-gardiste.³³

Les situations et les *happenings*, ces instants prétextes à des interventions poétiques dans la ville, sont devenus des événements *marketing* comme certains *flashmobs* (des mobilisations éphémères) utilisés à n'importe quelle occasion, plongés dans l'insignifiance la plus totale quant à leurs origines. Ce détournement ne fait plus de l'événement un acte spontané. Il est organisé à l'avance et vise la vente expérientielle d'un produit « ludique ». A titre d'exemple, on peut citer la mobilisation effectuée le 25 novembre 2010 devant l'office du tourisme de Montpellier par UBISOFT pour la sortie du jeu de danse *Michaël Jackson The Experience* ou encore les interventions de plus en plus répandues dans les centre-commerciaux des employés de grandes enseignes, commanditées afin de développer une image de marque dans l'air du temps, *fun*, visant à rendre les individus aux alentours heureux de bien consommer.

³³ P. BÜRGER, *op. cit.* pp. 176-177.

Fluxus, héritier de l'art-jeu, s'est disséminé partout. Dans les musées, les objets Fluxus et les Flux Kits sont à nouveau sacralisés, souvent inutilisables, remettant à distance le public de l'objet, tragique ironie si l'on compare les intentions de ce mouvement et ce qu'il est devenu – Celia Pearce parle de « mausolée », plutôt que de musée pour appuyer la mort du courant d'origine³⁴. Les valeurs de Fluxus sont l'apanage du néocapitalisme et de la société du jeu total. Elles se sont frayées un chemin depuis le domaine artistique jusqu'aux moindres dimensions de la vie contemporaine, bouclant ainsi la trajectoire du jeu, l'absence de limite de cette société du jeu total, et perdant l'individu non plus dans un « Tout peut être art »³⁵ mais dans un « Tout peut être jeu ». Si avec Dada, le Surréalisme, et même Fluxus à ses débuts, l'art-jeu se faisait subversif, transgressif, le ludique incarnant ce pied-de-nez aux institutions, aujourd'hui, comme le souligne Marc Jimenez, philosophe et professeur d'esthétique à Paris I Panthéon-Sorbonne, ces mêmes institutions, et notamment celle artistique, cautionnent la transgression. Celle-ci est alors récupérée, dans le « paradoxe permissif »³⁶, comme une valeur marchande. De Dada à Fluxus, l'art manifeste une « désagrégation des systèmes de références »³⁷, symbole du désenchantement du monde. Fluxus, alors que ce mouvement se voulait en rupture avec toute forme d'institution, a participé, et participe encore aujourd'hui, à la constitution des mentalités contemporaines de l'*homo ludens oeconomicus*. En effet, l'esprit ludique venant peu à peu remplacer l'ensemble des systèmes référentiels, effaçant jusqu'aux frontières de l'art et du quotidien, du quotidien et du jeu, révèle une dissolution totale de tout jugement, de tout critère dans le domaine de l'art. La transgression des règles, significative avec Dada, est devenue le lieu commun d'un monde sans fondement esthétique mais aussi philosophique. Comme du reste, seule la loi du marché fait figure de référent.

La reconnaissance internationale et l'insertion dans les circuits du marché de l'art semblent témoigner suffisamment de la qualité artistique des œuvres sans qu'il y ait besoin, a posteriori, de laborieuses discussions esthétiques sur la légitimité de cette reconnaissance.

Mais là – nous le verrons – est bien le problème.³⁸

Cette « désagrégation des systèmes de références »³⁹ ne se situe pas uniquement dans le monde de l'art. Jean-Claude Michéa souligne le fonctionnement du libéralisme sur le principe d'une tolérance sans limite, notamment dans le domaine juridique.

³⁴ C. PEARCE, *op. cit.*, p. 70.

³⁵ B. VAUTIER, « L'Art Total », in *Fluxus, Révolution*, *op. cit.*, p. 43.

³⁶ M. JIMENEZ, *op. cit.*, p. 174.

³⁷ *Ibid.* p. 21

³⁸ *Ibid.* p. 74.

³⁹ *Ibid.* p. 21.

Une théorie libérale de la justice ne doit donc engager, par principe, aucune réflexion philosophique particulière sur ce que pourrait être la meilleure manière de vivre. Elle se limite, au contraire, à définir les conditions techniques d'un simple *modus vivendi*. Celui qu'il est nécessaire d'imposer à une multitude de particules élémentaires en mouvement perpétuel si l'on entend réduire au maximum les risques de chocs et de collisions (ce qui revient en somme, à assigner au Droit libéral une fonction comparable à celle du Code de la route).

Cette absence d'engagement se cache aussi derrière le caractère transgressif, qui finit par devenir un mode de vie, symbole de la liberté, entraînant une dé-hiérarchisation sur tous les plans. Tout comme le montrent les limites d'un système de tolérance, donc d'un système nécessairement permissif, la règle tant esthétique que juridique reste pourtant essentielle pour construire une civilisation qui se donne un sens. La transgression, la revendication Dada, ou l'art-jeu tel que l'entendait Fluxus, dans sa récupération contemporaine, apparaît comme cet idole qui « sonne creux » et qu'il est nécessaire d' « ausculter à coups de marteau »⁴⁰. Déchargés de leur dimension politique ces procédés au sein de la société du jeu total semblent niveler l'art et la culture dans un bac à sable, déserté de tout élan utopique. Qu'en est-il alors de l'*Artgame* et du *Game Art* ? Sont-ils inscrits dans la même récupération, ou bien manifestent-ils cet « art nécessaire » décrit par Peter Bürger, c'est-à-dire un art capable de « mettre un terme à l'arbitraire de la néo-Avant-garde dans le présent »⁴¹.

2. Expression Avant-garde ou néo-Avant-garde dans l'Artgame

Au cœur de la société du jeu total émergent deux courants : l'*Artgame* et le *Game Art*. Ces pièces d'art ludique, ou ces jeux artistiques, habitent les musées d'art contemporains, comme en témoigne l'exposition permanente du MoMA à New-York, l'exposition « The Art of Video Games » au Smithsonian American Art Museum à Washington, ou « Game Story » au Grand Palais à Paris, mais aussi les lieux de spectacles ou festivals, créés pour exhiber et jouer avec ces objets digitaux venant d'une génération Dada, Surréaliste, Situationniste, Fluxus, comme la Gaité Lyrique (Paris), Babycastles Gallery (New York), Siggraph (Los

⁴⁰ « Une autre cure, qui, dans bien des cas, me semble encore préférable, consiste à ausculter les idoles... Il y a dans le monde plus d'idoles que de réalités : c'est ce que m'apprend le « mauvais œil » que je lui prête... Là aussi, questionner à coups de marteau, et, qui sait, percevoir pour toute réponse ce fameux « son creux » qui indique des entrailles pleines de vent [...] ». F. NIETZSCHE, *Le Crépuscule des Idoles, ou comment philosopher à coups de marteaux*, « Avant-Propos », textes et variantes établis par Giorgio Colli et Mazzino Montinari, traduction par Jean-Claude Hémery, Paris, Gallimard, 1974, p. 9.

⁴¹ P. BÜRGER, *op. cit.*, p. 181.

Angeles), A Maze (Berlin et Johannesburg), Notgame Fest (Cologne), Pop-up arcade – Press to Fire to Win (Brighton, Angleterre), Utopia Festival (Tel Aviv), et bien d'autres⁴². L'ampleur mondiale de ces événements démontre la dissémination du jeu dans des milieux culturels et artistiques. Si les expositions constituent un terreau important de la place du jeu vidéo dans la société contemporaine, pour continuer sur la trajectoire amorcée de la dissémination du jeu dans l'art, ce sont ici ces courants, dans leurs caractéristiques, leurs ambitions et leurs formes, qui sont analysés.

2.1 Aux sources du Game Art et de l'Artgame

Les dates d'apparition des mouvements artistiques de l'*Artgame* et du *Game Art* divergent et constituent, comme pour la *gamification*, un horizon, au sein duquel plusieurs notions se regroupent et s'inspirent. Le *Game Art* daterait selon John Sharp de 1995⁴³. Cet historien de l'art le définit de la sorte :

*First, a definition of what I mean by Game Art : artists using the technologies, formal considerations and content of videogames to artistic ends. Typically this has meant using or manipulative level editors and 3D engines from games like id Software Doom and Quake or Epic Game's Unreal. In other cases, Game Art is produced by modifying game code written in BASIC, 6502 and other programming languages. Game Art is then a designation derived from a mode of production and content and experiences developed with and through these tools.*⁴⁴

Ce mouvement se trouve étroitement lié à l'art contemporain. Les artistes qui s'en emparent considèrent le jeu comme un médium parmi les autres et ne lui sont pas exclusifs. Le jeu

⁴² Pierre Corbinais, créateur de l'Oujevipo (Ouvroir de JEux Vidéo POtentiels) en référence à l'OULIPO (OUvroir de LIttérature POtentiel) de Raymond Quenau, a récemment créé le site « Shake That Button » dédié aux jeux vidéo détournant les périphériques de contrôles. Son site contient une page sur les différentes expositions s'inscrivant principalement dans cette orientation : <http://shakethatbutton.com/where-to-playexhibit/>.

⁴³ J. SHARP, *Works Of Games*, Cambridge, MIT Press, 2015, p. 22 : John Sharp identifie Orhan Kipcak et Reini Urban comme les premiers « *game artists* » avec la création *Ars Doom* visant à détourner le jeu Doom, publié par id Software en 1993.

⁴⁴ J. SHARP, « A Curiously Short History of Game Art », *Proceedings of the International Conference on the Foundations of Digital Games*, 2012, p. 26.

[Traduction] Tout d'abord, une définition de ce que j'entends par *Game Art* : artistes utilisant les technologies, considérations formelles, contenues dans les jeux vidéo à des fins artistiques. Typiquement, cela signifie l'utilisation ou la manipulation d'éditeurs de niveau ou de moteur 3D de jeux comme *Doom* et *Quake* d'Id Software ou encore *Unreal* d'Epic Games. Dans d'autres cas, le *Game Art* est produit par modification du code du jeu écrit en BASIC, 6502 et d'autres langages de programmation. *Game Art* est une désignation dérivée d'un mode de production, de contenus et d'expériences, développés par ces outils.

vidéo apparaît alors surtout comme un thème à explorer culturellement par toutes sortes de moyens : performance, photographie, peinture, sculpture, vidéo⁴⁵, etc.



(De gauche à droite)

Figure 6.8 Eva et Franco Mattes, *Freedom*, performance effectuée sur *Counter strike*, 2005

Figure 6.9 Marc Da Cunha Lopes, *Made of Myth*, série de photographies, 2010

Figure 6.10 Kordian Lewandowski, « *Game Over* », sculpture qui revisite « *La Pieta* » de Michel-Ange.

Figure 6.11 Cory Arcangel, *Super Mario Cloud*, modification du jeu *Super Mario*, 2002

Figure 6.12 Miltos Manetas, *RGB, Videogames Painting*, huile sur toile de 101.6x121.92 cm, collection privée, New-York, 1998

⁴⁵ On peut à ce titre citer les « machinimas », qui combinent à la fois la machine, le cinéma et l'animation. Il s'agit d'enregistrement de partie de jeux vidéo, sur lesquels les artistes opèrent un travail de montage de composition sonore et vidéo afin de les détourner, comme le montre la vidéo « *The Trashmaster* » créée à partir de *GTA IV* par Mathieu Weschler. La vidéo est disponible en ligne (consulté le 23.08.15) à l'url suivant : https://www.youtube.com/watch?v=Piu8_SBYlo.

L'une des premières occurrences au terme « *artgame* » apparaît en 2002 dans l'article « Art games and Breakout : New media meets the american Arcade »⁴⁶, écrit par Tiffany Holmes, artiste et professeure associée à l'Institut d'Art de Chicago. Elle propose une lecture critique de l'apparition de jeux vidéo artistiques qui s'inspirent des premiers jeux d'arcade. En 2003, Tiffany Holmes reprend cette hypothèse dans l'article « Arcade Classic Spawn Art ? Current Trends in the Art Game Genre »⁴⁷. Selon elle, dès les années 1980, c'est le succès de l'industrie du jeu vidéo qui pousse les artistes à s'emparer du format vidéoludique pour explorer de nouvelles structures tant sur le plan narratif que sur le plan d'une critique culturelle. De nombreux travaux font référence aux premiers jeux d'arcade, elle cite notamment *Font Asteroïds* de ESC to Begin, créé en 1999 dans lequel les mots remplacent les astéroïdes sur lesquels le joueur peut tirer des projectiles. Les mots percutés se décomposent alors en préfixe, suffixe et racine. L'écran de jeu se remplit alors d'innombrables lettres représentant le débordement d'informations engendrées par Internet. On peut cependant retrouver une trace encore plus tôt d'une première appropriation artistique du jeu vidéo du compositeur, essayiste et chercheur en informatique Jaron Lanier, et du concepteur Bernard De Koven, non cités dans l'article⁴⁸. Ils représentent les premières traces datées de création d'*artgames* en 1982, avec le jeu *Alien Garden*, publié par Enyx sur Atari 800 et Commodore 64. *Alien Garden* représente l'un des premiers « non-jeux » dont l'absence d'objectif constitue le défi. Le joueur doit comprendre, par lui-même, le but du jeu, mais aussi comment fonctionne cet univers. Le jeu est poétique et expérimental : le joueur représente un animal qui évolue en mangeant des fleurs aux propriétés spécifiques. Le jeu propose une esthétique basée sur la génération automatique de formes. En 1983, Jaron Lanier crée *Moondust* sur Commodore 64, un *artgame* qui génère de la musique en fonction des actions effectuées par le joueur⁴⁹.

⁴⁶ T. HOLMES, « Art games and Breakout : New media meets the american Arcade », disponible en ligne (consulté le 21.08.08), à l'url suivant : <http://www.crudeoils.us/artwrite/August2002/Holmes.htm>.

⁴⁷ T. HOLMES, « Arcade Classic Spawn Art ? Current Trends in the Art Game Genre », Art Institute of Chicago, MelbourneDAC2003, pp. 46-52. Disponible en ligne (consulté le 21.08.08), à l'url suivant : <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Holmes.pdf>.

⁴⁸ A titre de source, Jaron Lanier est cité dans l'article de Charles J. Pratt, *game designer* et chercheur au NYU Game Center, « The Art History... Of Games ? Games as art may be a lost cause », disponible en ligne (consulté le 21.08.08) à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/view/news/27133/The_Art_History_Of_Games_Games_As_Art_May_Be_A_Lost_Cause.php.

⁴⁹ Il est fort probable que le jeu créé par Jaron Lanier, *Moondust*, ait inspiré les créateurs de *Rez*, Tetsuya Mizuguchi et Junichi Kobarashi – pour ne citer que les principaux. Développé en 2001, *Rez* apparaît comme une adaptation en 3D de ce premier jeu, à la fois sur l'esthétique et le *gameplay* mis en place.

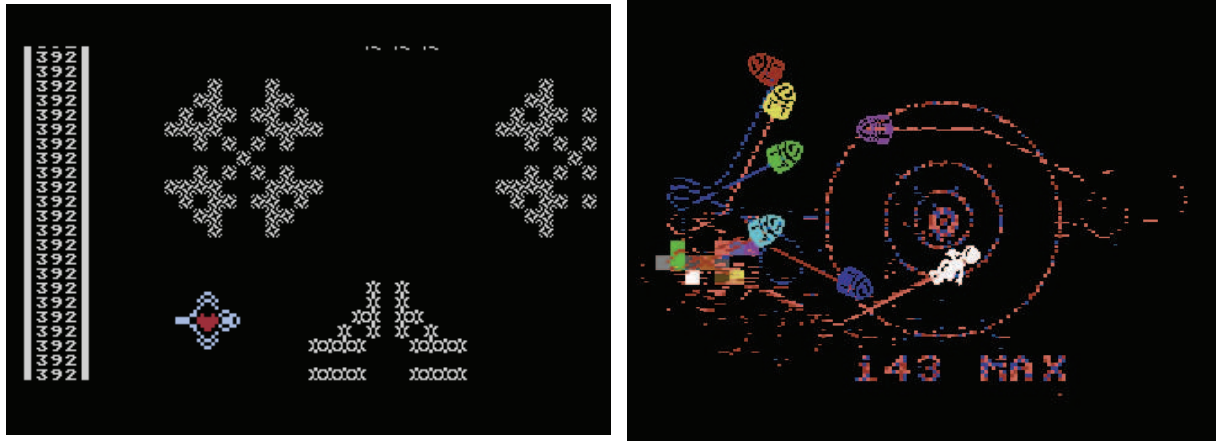


Figure 6.13 A gauche, Bernard DeKoven, Jaron Lanier, *Alien Garden*, Enyx, 1982

Figure 6.14 A droite, Jaron Lanier, *Moondust*, Creative Software, 1983

2.2 Tentative de définition de l'Artgame

Pour déterminer ce qu'est un *artgame* il est nécessaire de croiser les théories de Tiffany Holmes, Mattéo Bittanti⁵⁰, professeur associé à l'Université des Arts de Chicago en études critiques et visuelles, Kristine Ploug⁵¹, auteure du site « kopenhagen.dk/net.art » spécialisé dans le Net Art et les sciences du langage⁵², Rebecca Cannon⁵³, éditeure du collectif Select Parks fondé par Julian Oliver en 1998, et John Sharp⁵⁴ concepteur de jeux vidéo et historien de l'art.

Ces penseurs fondateurs de l'*Artgame* comme courant artistique, attestent tous de la dimension interactive et activable du logiciel. A l'exception de Kristine Ploug qui intègre dans l'*Artgame* le « *modding* », c'est-à-dire la modification de jeux existants, que les autres chercheurs ou artistes catégorisent plutôt dans le *Game Art*, l'*Artgame* se définit par la conception de jeux vidéo et non par leur détournement. John Sharp voit dans l'*Artgame* une fétichisation d'un *game design*⁵⁵ orienté vers une signification. Si bien que pour lui, Tiffany Holmes et Rebecca Cannon, les *artgames* utilisent les spécificités du jeu vidéo comme autant

⁵⁰ M. BITTANTI, « Game Art (This is not) A Manifesto, (This is) A Disclaimer », in. *Game Scenes*, Mila, Johan & Levi Editore, 2006, pp. 7-14.

⁵¹ K. PLOUG, « Art Games, An Introduction », Artificial dk, disponible en ligne (consulté le 21.08.15), à l'url suivant : <http://www.artificial.dk/articles/artgamesintro.htm>.

⁵² Le Net Art est une pratique artistique à partir des possibilités qu'offrent Internet et l'informatique : réseau, génération procédurale, viralité, etc.

⁵³ R. CANNON, « Introduction to Artistic Computer Game Modification », Conférence, *PlayThing*, Australie, Sydney, Octobre 2003.

⁵⁴ J. SHARP, *op. cit.*

⁵⁵ J. SHARP, *op. cit.*, p. 54.

d'outils expressifs, rappelant la stylisation du système de jeu que l'on retrouve dans la rhétorique procédurale. La difficulté, les niveaux, ou les personnages jouables sont autant d'outils permettant d'explorer le thème du jeu dans un contexte compétitif⁵⁶. Ce dernier est pour Tiffany Holmes cérébral, changeant la nature du « *challenge* » que l'on retrouve habituellement dans les jeux vidéo.

*Traditional videogames offer serious challenges to hand-eye coordination; art games tend challenge one's mental focus in that player needs to maneuver in the game and simultaneously figure out its conceptual message.*⁵⁷

Les *artgames* présentent alors une double dimension : il faut faire preuve de réflexes ou d'actions convoqués par le format vidéoludique, mais surtout d'esprit en cherchant à comprendre quel est le thème, le message, ou l'idée, développé par les propos ou la forme du jeu. Pour Tiffany Holmes, John Sharp et Rebecca Cannon, l'une des ambitions de l'*Artgame* est de tenir un discours signifiant qui excède la *ludosis* du jeu.

*The traditional view of videogames, held by most game developers, is that games do not « mean » anything – they are activities like playing a sport or a card game, where meaning is produced endogenously through play and through messages inside the game content or play experience. Artgames however embedded a point of view through the construction of systemic representation of an idea that produced meaning through a player's active participation.*⁵⁸

Cette intention artistique passe par deux grandes orientations à l'intérieur de ce courant : un travail sur le médium du jeu et une construction vidéoludique autour de thématiques engagées.

Premièrement, le travail sur le médium du jeu fait une référence au style *retrogaming*, tant dans l'esthétique que dans le *gameplay*. Cette tendance affirmée provient, selon Tiffany

⁵⁶ R. CANNON, *op. cit.*

⁵⁷ T. HOLMES, *op. cit.*, p. 46.

[Traduction] Les jeux vidéo traditionnels offrent de sérieux défis qui reposent sur une coordination œil-main ; les *artgames* ont tendance à créer un défi plus cérébral, car le joueur doit manœuvrer dans le jeu tout en cherchant à comprendre le message conceptuel qui s'y cache.

⁵⁸ J. SHARP, *op. cit.*, pp. 53-54.

[Traduction] Le point de vue traditionnel des jeux vidéo, détenu par la plupart des développeurs de jeux, est que les jeux ne sont pas fait pour « dire » quelque chose - ils sont des activités comme le sport ou jouer aux cartes, où le sens est produit de manière endogène par le jeu et par des messages à l'intérieur du contenu du jeu ou de son expérimentation. Les *artgames*, cependant, incorporent un point de vue à l'intérieur de la construction de la représentation systémique d'une idée qui produit du sens par la participation active d'un joueur.

Holmes, à la fois d'un hommage aux origines du jeu vidéo, mais aussi à une forme plus facile à manipuler. Aujourd'hui, selon Tiffany Holmes, le *retrogaming* est devenu un style, principalement graphique, qui outrepassse le champ de l'*Artgame*, puisqu'il est aussi utilisé par l'industrie du jeu vidéo, comme par exemple dans le contenu téléchargeable supplémentaire « Blood Dragon », du jeu *FarCry 3*, Ubisoft Montréal, 2012. Elle parle alors de « *retrokitsch* » qui n'est plus la marque privilégiée d'une revendication artistique.

D'autres détournements voient par contre le jour en explorant les spécificités des jeux. L'objectif est alors de confronter leur frivolité à des thématiques plus matures, et surtout à des médiums auxquels ils paraissent étrangers comme le texte et sa narration. Tiffany Holmes cite l'exemple de *The Intruder* de Natalie Bookchin reprenant la nouvelle, *L'intruse* de Jorge Luis Borges, en adaptant sa narration par le *gameplay* de dix jeux d'arcades connus, tel que *Pong*. Comme le souligne Sophie Daste, dans son article « Jeu, Sexe et Meurtre : *The Intruder* de Natalie Bookchin », « Natalie Bookchin renverse les codes cantonnés au Héros de jeu vidéo, qui répond soit par réflexe sportif [...], soit par le patriotisme engagé »⁵⁹. Ici la « princesse est liquidée », en oubliant parfois le drame auquel il assiste dans l'objectif de « marquer des points » (Cf. figure 6.15).

En se distinguant de l'industrie du divertissement⁶⁰, voire en s'y opposant, les *artgames* cherchent à dépasser les critères classiques vidéoludiques, tels que le « *fun* », le « *flow* », le « *challenge* »⁶¹. Ceci leur donne un caractère unique et n'invite pas le joueur à rejouer au jeu⁶² car ces créations s'opposent à un système d'addiction. Pour autant, Kristine Ploug développe l'idée qu'un *artgame* puisse émerger de l'industrie du divertissement, tout en soulignant la rareté de cette possibilité.

Deuxièmement, la construction de jeux autour de thématiques engagées vient défier les stéréotypes en s'intéressant à des questions d'ordre social et culturel⁶³. On y voit apparaître la défense de la cause féministe. Les jeux vidéo étant des territoires essentiellement masculins, des utopies féministes émergent dans les années 1990. L'idée est de revendiquer un environnement égalitaire dans lesquels hommes et femmes peuvent interagir. C'est à cette

⁵⁹ S. DASTE, « Jeu, Sexe et Meurtre : *The Intruder* de Natalie Bookchin », OMNSH (Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines), 2008, disponible en ligne (consulté le 21.08.15), à l'url suivant : <http://www.omnsh.org/ressources/479/jeu-sexe-et-meurtre-intruder-de-natalie-bookchin>.

⁶⁰ M. BITTANTI, *op. cit.*, p. 7.

⁶¹ K. PLOUG, *op. cit.*

⁶² *Ibid.*

⁶³ T. HOLMES, « Arcade Classic Spawn Art ? Current Trends in the Art Game Genre », *op. cit.*, p. 46.

même période, selon Tiffany Holmes, que de nombreuses héroïnes voient le jour dans les médias, de Lara Croft (Toby Gard, studio Core Design, *Tomb Raider* 1996-2004) à la figure de Trinity dans *Matrix* (Andy Wachowki et Lana Wachowski, 1999). Elle soulève toutefois le caractère transgenre de ces héroïnes à la fois féminines et masculines par leur force naturelle, leur allure de soldat et leur maniement des armes à feu.

Aujourd'hui, il est notable que ce mouvement se développe de plus en plus et évolue pour se faire les défenseurs du mouvement des « *zinisters* » (dissidents) pour reprendre les termes de la conceptrice engagée Anna Anthropy⁶⁴, étendant la revendication au mouvement de toutes les minorités genrées.

D'autres *artgames* prennent pour cible les questions du racisme et les discriminations sociales. L'exemple du jeu *Vagamundo* de Ricardo Miranda Zuniga, créé en 2002, traite de la condition des immigrants latino-américains et de leur difficile intégration dans la ville de New-York. L'idée de ce concepteur a été de créer le jeu à l'intérieur d'un chariot de vendeur de hot-dogs, représentant une grande partie du « travail » accessible à ces immigrants (Cf. figure 6.16).

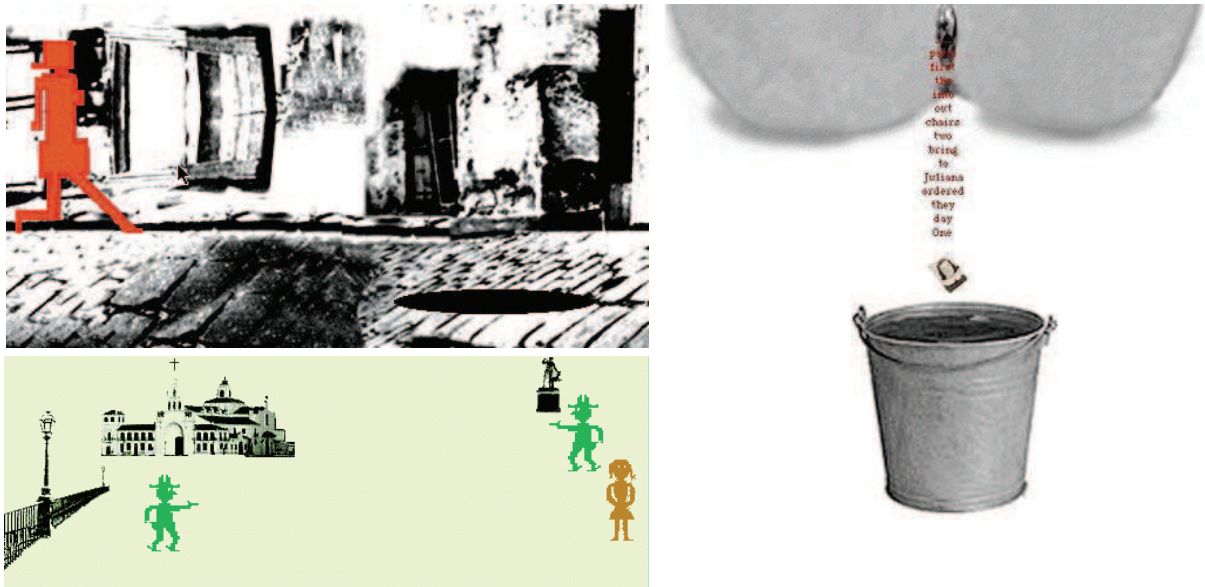


Figure 6.15 Nathalie Bookchin, *The Intruder*, 1999

⁶⁴ A. ANTHROPY, *The Rise of the Zinisters*, United States, A seven stories Press First Edition, 2012.



Figure 6.16 Ricardo Miranda Zuniga, *Vagamundo*, 2002

De ces deux procédés émergent les grandes ambitions de l'*Artgame* : un travail sur la forme du jeu vidéo, ce nouveau médium qui intrigue et interroge par son succès, et un travail sur sa fonction. L'*Artgame* ouvre les possibilités d'utilisation artistique du médium vidéoludique. Peut-il devenir le lieu d'une expression d'Avant-garde ?

2.3 Les problématiques esthétiques au cœur du Game Art et de l'Artgame

Brian Schrank, assistant professeur à l'Université des sciences informatiques et des média digitaux de Chicago, relève un point de distinction à l'intérieur de ces jeux artistiques. Faisant abstraction des catégories d'*Artgame* ou de *Game Art*, Brian Schrank propose une analyse en détail des tendances qui se déploient à l'intérieur de la question de la forme et de la critique portée par ces jeux. Il relie également avec précision ces différentes tendances aux mouvements d'Avant-garde. En déplaçant la catégorisation de l'*Artgame* et du *Game Art*, Brian Schrank propose, lui, de parler de « jeux Avant-gardistes »⁶⁵, « *For videogames, the Avant-garde is the force that opens up the experience of playing a game or expands the way in which games shape culture* »⁶⁶. L'auteur du livre *Avant-garde Videogames : Playing with Technoculture* relève, lui aussi, deux grandes catégories dans lesquelles s'inscrivent ces jeux vidéo artistiques : l'art formel et l'art politique. Ranimant un ancien débat, l'auteur met à jour des tensions toujours actuelles qui ont trouvé un nouveau terrain d'expression dans le jeu

⁶⁵ En développant l'idée selon laquelle l'Avant-garde unique serait un mythe, Brian Schrank s'oppose à la position de Peter Bürger qui critique les termes mêmes de « mouvements d'Avant-garde », témoins, selon lui, de la dissolution de cette expression artistique et de son échec.

⁶⁶ B. SCHRANK, *op. cit.*, p. 3.

[Traduction] Pour les jeux vidéo, l'Avant-garde est la force qui ouvre l'expérience de jouer à un jeu ou élargit la manière dont les jeux façonnent la culture.

vidéo. Pour l'essentiel Brian Schrank soulève quatre tendances dans les jeux artistiques décrites ci-dessous⁶⁷ :

- Formalisme radical d'Avant-garde (« *Radical formal Avant-garde* ») : la dimension radicale sur la forme du médium fait ici référence à Clément Greenberg et à la « pureté » de l'art. Les artistes qui s'inscrivent dans cette catégorie explorent les différentes possibilités d'utiliser le médium dans une perspective de l'« art pour l'art », autrement dit d'un art qui reste à l'écart de la réalité sociale⁶⁸ - si tant est que cela soit possible. Ici, c'est la forme seule qui importe. On sort donc d'une définition de l'*Artgame* comme d'une création dont l'intention est significative et qui met à mal par la critique les stéréotypes et normes socio-culturelles. Pour expliquer cette dimension d'un art formel et la remise en question de convention traditionnelle, Brian Schrank propose de faire l'analogie entre le *flow* et la perspective. Tout comme la perspective a pu être abolie de manière radicale, le *flow*, emblème d'un jeu vidéo *mainstream*, autrement dit *kitsch*, doit lui aussi être dépassé. Brian Schrank reprend la définition du Kitsch donné par Clément Greenberg, c'est-à-dire des médias facilement consommables ne faisant qu'imiter les effets de l'Avant-garde⁶⁹.

*Nintendo and Apple have produced and disseminated the most powerful kitsch products in recent history, easing millions of new gamers into to the medium. Multinational corporations spread game literacy by standardizing formula.*⁷⁰

Valérie Arrault démontre comment, dans *L'Empire du Kitsch*, celui-ci triomphe dans les imaginaires d'une civilisation qui a perdu tout système de référence⁷¹. Sa fonction de « réenchantement » donne l'illusion d'alternative. Comme il a été vu dans le chapitre 1, les jeux vidéo cherchent à être des paradis de substitution. Pour Valérie Arrault, aujourd'hui, il n'y a plus d'opposition entre l'Art (il est ici

⁶⁷ Brian Schrank divise, à nouveau, ces quatre catégories en deux narratives - politique et formelle -, qui ne sont pas abordées ici par souci de synthèse du sujet centré autour d'une vision du jeu vidéo ludologique et de narration environnementale. Tout simplement, il est possible de considérer ces catégories narratives comme déjà présentes à l'intérieur des présentes catégories.

⁶⁸ cf. M. JIMENEZ, *La Querelle de l'art contemporain*, pp. 115-118.

⁶⁹ C. GREENBERG, « Avant-garde and Kitsch », in. *Partisan Review*, 6 :5 (1939), p. 44.

⁷⁰ B. SCHRANK, *op. cit.*, p. 38.

[Traduction] Nintendo et Apple ont produit et disséminé les produits du Kitsch les plus puissants récemment dans l'histoire, facilitant l'accès à des millions de joueurs à ce médium. Les multinationales répandent l'alphabetisation de jeux par leurs formules standardisées.

⁷¹ V. ARRAULT, *L'Empire du Kitsch*, *op.cit.*, p. 14.

question de l'institution marchande) et le Kitsch, qui font tous deux l'apologie des produits de l'industrie culturelle⁷². A l'opposé, cette tendance formaliste apparaît, pour Brian Schrank, comme un courant des « jeux pour les jeux » (*games for games*)⁷³ dans lequel se situent essentiellement des artistes opérant des modifications de jeux préexistants tels JoDi (*Untitled Game*), Brody Condon (*Adam Killer*).



Figure 6.17 Brody Condon, Adam Killer, 1999, modification du jeu Half Life (Valve, 1998). Ce travail fait référence à la fusillade de Columbine la même année, ayant soulevé de nombreuses questions sur l'impact des jeux vidéo⁷⁴.

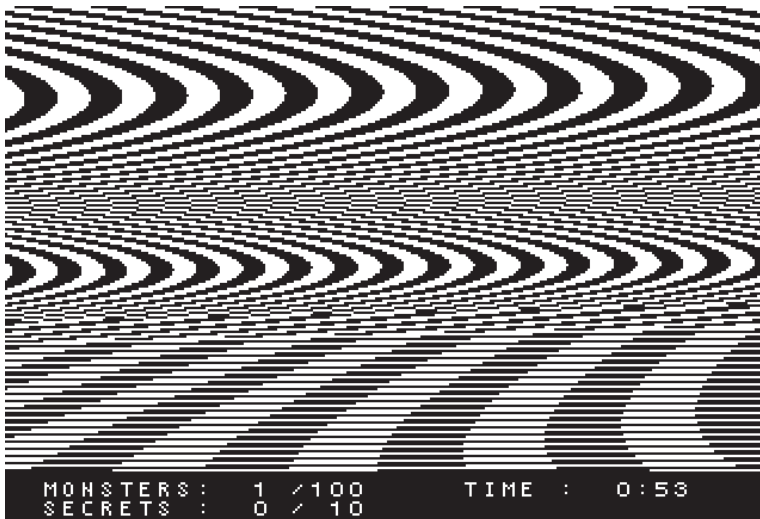


Figure 6.18 JoDI, Untitled Game, série de modifications du jeu Quake, 1996-2001. Altérations des graphismes du jeu : les monstres, les éléments de l'environnement, les personnages sont tous blancs.

⁷² *Ibid.*, p. 118.

⁷³ B. SCHRANK, *op. cit.*, p. 38.

⁷⁴ B. CONDON, Interview « Adam Killer », 2010, disponible en ligne (consulté le 23.08.15) à l'url suivant : <http://www.gamescenes.org/2010/05/interview-brody-condons-adam-killer-1999.html>. Cet interview permet de remettre en question l'apparente insignifiance de telles créations, comme il est abordé plus loin.



Figure 6.19 Tom Betts aka
Nullpointer, *QQQ – set D1 “map
q3dm1; set next mzp vstr d3”*, 2002

- Politique Radical d'Avant-garde (« *Radical Political Avant-garde* ») : la dimension politique du médium fait référence à Peter Bürger et à sa théorie critique qui a déjà été esquissée. Proche de Dada, ici, il s'agit de la destruction de l'art dans une portée revendicatrice. Contrairement au formalisme radical, « les Avant-garde politiques refusent d'ignorer le fait que formes et politiques sont inextricablement liés »⁷⁵. Ces jeux sont désinvestis d'élan utopique, ils fonctionnent par le choc, la prise de conscience. Ils cherchent à reconfigurer la perception du joueur et sa connaissance du monde⁷⁶. Il s'agit d'une négation du monde en l'état. A l'intérieur de ce courant, on retrouve la création de jeu autour de thématiques engagées comme dans les jeux *Super Columbine Massacre RPG !* créé par Danny Ledone, ou *SimCopter* édité par Electronic Art en 1997, dans lequel Jacques Servin a remplacé les personnages féminins en bikini se trouvant dans le jeu, par des masculins, en maillot et en uniforme policier, dansant et s'embrassant. Il s'agit donc aussi de manifestation politique à l'intérieur de jeu. Apparaît dans cette tendance, le travail de Gonzalo Frasca, initiateur d'un mouvement que Brian Schrank appelle les « jeux vidéo brechtiens »⁷⁷ utilisant des mécanismes distanciateurs. Les créations de Ian Bogost et du collectif La

⁷⁵ *Ibid.*, p. 54.

⁷⁶ *Ibid.*, p. 57.

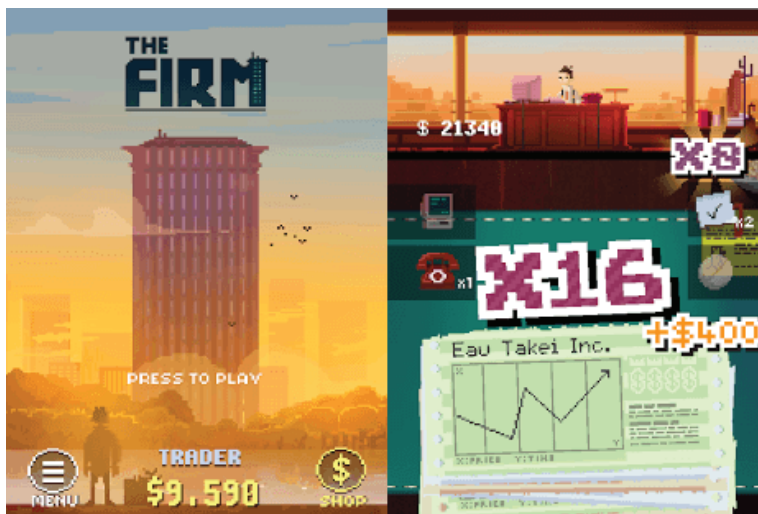
⁷⁷ *Ibid.*, pp. 160-167.

Molleindustria⁷⁸, ainsi que les expositions du chercheur Lindsay Grace de l'Université Américaine, « Critical Gameplay »⁷⁹ s'inscrivent dans cette catégorie.



Figure 6.20 Jacques Servin, *SimCopter*,
Electronic Arts, 1997

Figure 6.21 Sunnyside, *The Firm* 1.1, 2014



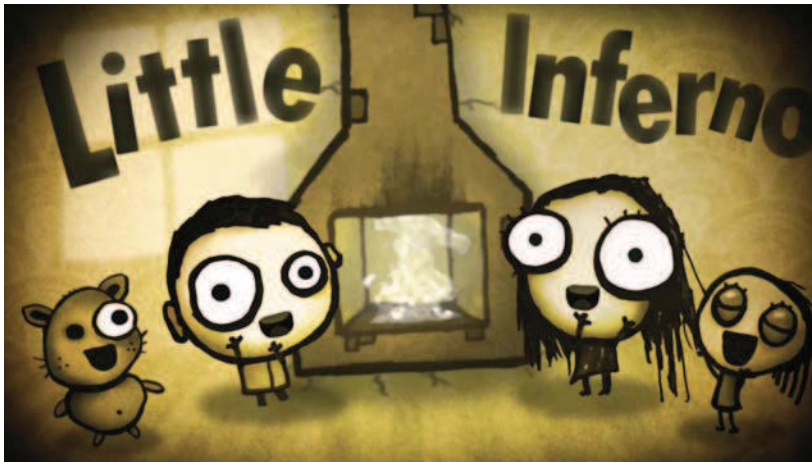
Le joueur est mis dans la peau d'un trader au rythme de vie effréné. Une autorité supérieure le pousse à prendre des décisions rapidement et à nécessairement échouer. Une stratégie de la tragédie est mise en scène par le suicide inévitable du personnage joué. Celui-ci est immédiatement remplacé, montrant la perversité du système.

⁷⁸ Une sélection de jeu est présentée de manière succincte à la suite du chapitre. Celle-ci ne rend pas justice au travail subtil effectué en utilisant le médium vidéoludique car il n'est pas encore ici question de rentrer dans l'utilisation du médium, malgré les multiples références qui parcourent cette partie et le travail engagé sur l'œuvre plastique. Dans ce chapitre, il s'agit prioritairement de cartographier le jeu vidéo dans ses ambitions artistiques. Au chapitre 7 est proposée une étude esthétique du collectif La Molleindustria ainsi qu'une analyse, jonglant entre sociocritique, rhétorique procédurale et *critical play*, de leur jeu *Unmanned*. Cf. chapitre 7, p. 357.

⁷⁹ Pour plus d'informations, cf. *Critical Gameplay*, disponible en ligne (consulté le 23.08.15), à l'url suivant : <http://www.criticalgameplay.com/page2.html>.

Figure 6.22 Tomorrow

Corporation, *Little Inferno*, 2012

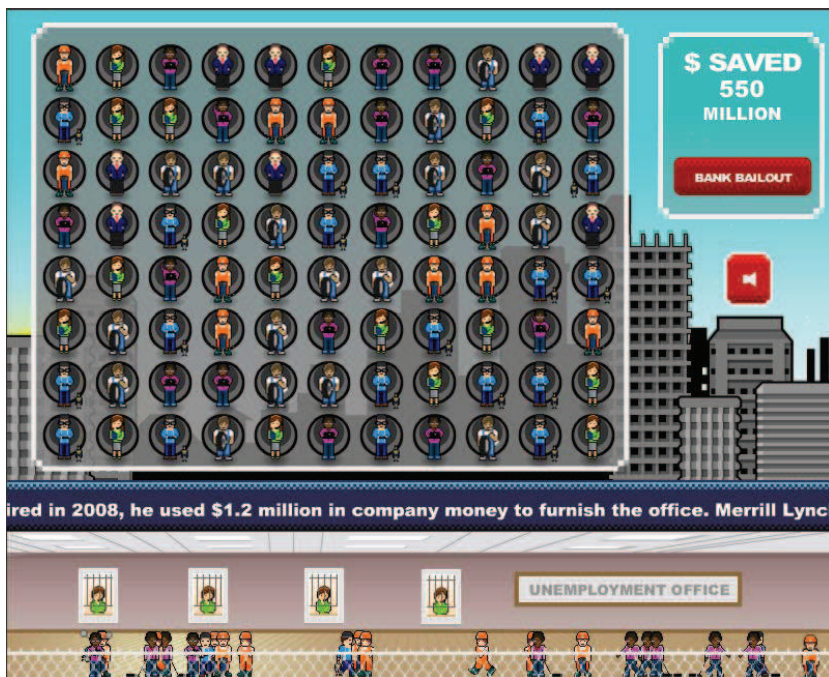


Caricaturant les *Yule Log TV* (chaîne de télévision américaine diffusant un feu de cheminée pendant des heures), le jeu est une mise en abîme de la consommation ludique de l'individu contemporain. Le joueur est conditionné à regarder « un foyer de divertissement ». Il s'agit d'une cheminée dans laquelle il peut faire brûler des objets, préalablement achetés. L'écran fixe, contraignant le joueur à observer cette cheminée devient la critique du « détournement » des loisirs tels que la TV, les jeux vidéo et particulièrement les *free to play* dont le jeu reprend les mécaniques de manière ironique.

Figure 6.23 Mary

Flanagan, *Lay Off*, Tilt

Factor, 2009



Dans *Lay Off*, le joueur opère un jeu de correspondances dans lequel il doit assembler les personnages de même sorte. L'objectif est leur licenciement afin d'augmenter les bénéfices de l'entreprise. Le jeu est marquant car chaque personne renvoyée par cet innocent jeu de Match 3 apparaît en bas de l'écran dans le « *unemployment office* ». Egalement des personnages de type « banquier » sont immuables et gardent leur place quoi qu'il arrive.

Figure 6.24 *Gulag Paradise*,
Armel Gibson, 2013



Le jeu traite de l'existence des Goulags, mis en scène comme des « camps de vacances » (avec un coucher de soleil comme décor) dans lesquels le joueur va être contraint d'effectuer des travaux. L'intérêt du jeu consiste dans la mise en abîme de l'effort physique en utilisant la métaphore du martèlement des touches du clavier comme autant de coups de pioche. Le joueur doit donc écrire de plus en plus de mots, en anglais et en russe, pour satisfaire son bourreau.

Figure 6.25 Paolo Pedercini,
TuboFlex, La Molleindustria,
2003



Tuboflex met en scène une dystopie dans laquelle *Tuboflex.Inc* (organisation de ressources humaines) a trouvé la solution pour fournir des employés flexibles, à des chaînes de *Fast-Food*, des supermarchés, des sociétés de transports ou des centres d'appels téléphoniques commerciaux. Par un système de tubes flexibles, le joueur est transporté d'un métier à un autre. *Tuboflex* ranime la question de l'aliénation au travail, une aliénation qui prend des allures plus séduisantes et dont la société de consommation et le divertissement – télévision et jeux vidéo – se font les alliés.

- Formalisme complice⁸⁰ d'Avant-garde (« *Complicit Formal Avant-garde* ») : le formalisme complice s'oppose à une vision de l'art qui doit avant tout être critique. Sans nécessairement oublier cette dimension, ce courant se montre plus souple et utilise ainsi des actes symboliques et conceptuels, plus que radicaux. Ici, ce n'est pas seulement l'*Artgame* qui est visé. Le jeu vidéo n'est pas un médium privilégié. Il en est un parmi tant d'autres. Il est traité comme un thème, un objet de la culture populaire source de création. Ces « artistes » préfèrent éviter l'appellation par défi des conventions. Ils sont, pourtant, souvent exposés dans des musées d'art contemporains. Parmi eux, on retrouve la performance de Wafaa Bilal, *Domestic tension*, en 2007. Enfermé pendant un mois dans une galerie, l'artiste s'est fait tirer dessus des balles de *paintball* par un pistolet commandé à distance par les internautes. Huit millions de balles ont été tirées rendant l'expérience éprouvante pour l'artiste souhaitant donner un visage à la guerre en Iraq pour ceux à qui elle apparaissait comme lointaine. Est également citée *nOtbOt* de Walter Langelaar, installation de 2007, montrant une manette de jeux vidéo, sans joueur, piloter seule le jeu. Les différentes réflexions sur les périphériques de contrôles se situent dans ce courant en étroite relation avec la cybernétique et le transhumanisme.



Figure 6.26 A gauche, Wafaa Bilal, *Domestic tension*, 2007

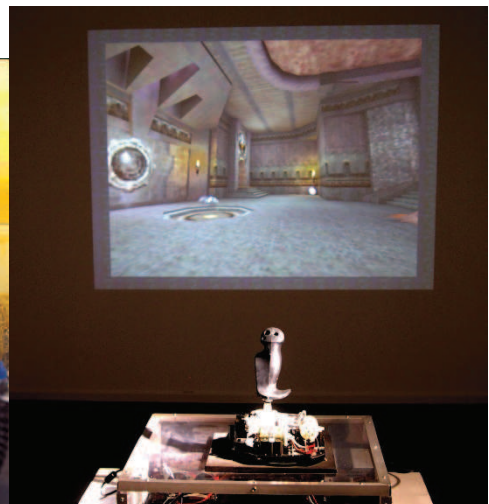


Figure 6.27, A droite, *nOtbOt* de Walter Langelaar, 2007

⁸⁰ Le terme complice est emprunté à Johanna Drucker artiste-théoricienne travaillant au département des Beaux-Arts de l'Université d'Harvard. Dans son article « Sweet Dreams, Contemporary Art and Complicity », elle explique notamment que la notion de complicité signifie une action à l'intérieur de la culture de masse. Elle traduit l'idée d'un gain mutuel pour l'artiste et la culture. La complicité ne « gâte » pas l'œuvre (« This insight doesn't spoil the game ») mais rend explicite les mécanismes culturels sur laquelle elle s'appuie. La rhétorique politique doit, selon elle, cesser d'être prédominante pour resituer l'art du côté de l'essence de l'artifice permettant de comprendre les machinations du réel, c'est-à-dire le caractère construit de la culture dans laquelle vit l'individu contemporain. Disponible en ligne (consulté le 31.08.15), à l'url suivant : <http://www.press.uchicago.edu/Misc/Chicago/165043.html>.

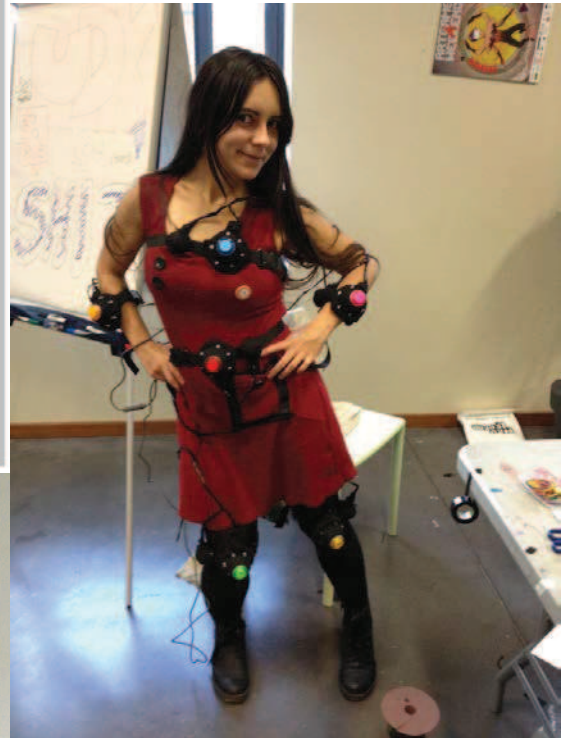
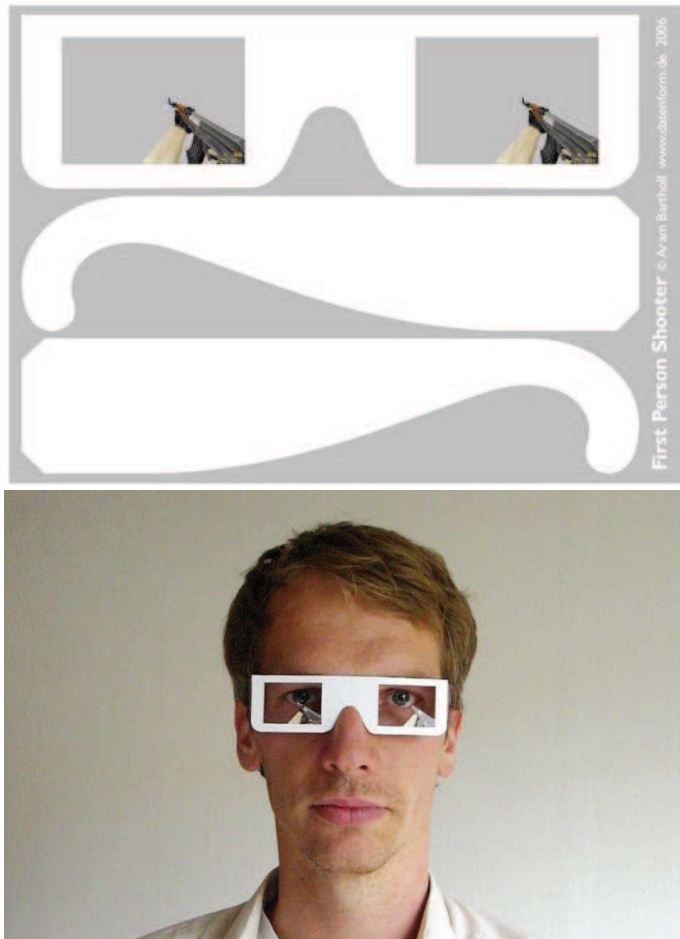


Figure 6.28 A gauche, Aram Bartholl, First Person Shooter, 2006

Figure 6.29 A droite, Tatiana Vilela et Guillaume Noisette, Adsono, ArtGame Weekend 4, 2013

A l'intérieur de ce courant, on retrouve aussi le mouvement des « *notgames* » créé par Auriea Harvey et Michaël Samyn qui ont conduit à la création d'un festival annuel, du même nom, à Cologne.

Notgames is not a category.

Notgames do not exist. There are no notgames.

Notgames is not an art movement.

Notgames is not a genre.

Notgames is a project.

Notgames is a challenge.

Notgames is a question.⁸¹

Ces jeux apparaissent comme des défis artistiques remettant en question le formalisme actuel des jeux vidéo au point de chercher à se différencier de leur format par leur appellation. Ces jeux peuvent porter des critiques, dans le sens où un travail sur la forme est capable de remettre en question les standards établis. Le

⁸¹ M. SAMYN, « Notgames, Not a manifesto », disponible en ligne (consulté le 24.08.15) à l'url suivant : <http://notgames.org/blog/2010/03/19/not-a-manifesto/>.

collectif Tale of Tales, créé par les mêmes deux artistes dans « The Beautiful Art Program »⁸², révèle leur problématique esthétique, à savoir celui de ranimer une notion de « beauté » dans le jeu vidéo en effectuant un travail sur le logiciel même. Ils se font alors le pendant de la tendance du formalisme radical d'Avant-garde, mais en réveillant des critères qu'ils qualifient d'harmonieux. La beauté apparaît dans une dimension politique. Pour eux, elle doit être une raison de vivre.



Figure 6.30 Tale Of Tales, The Graveyard, 2008

Le jeu met en scène une personne âgée dans une allée de cimetière conduisant de l'entrée à l'Eglise. Le rythme est lent, et il est impossible pour le joueur de quitter cette route, reflétant à la fois la dimension poétique et fatale de la vie.

⁸² A. HARVEY, M. SAMYN, « The Beautiful Art Program », disponible en ligne (consulté le 24.08.15) à l'url suivant : <http://tale-of-tales.com/tales/BAP.html>.

- Politique complice d'Avant-garde (« *Complicit Political Avant-garde* ») : cette catégorie regroupe toutes les appropriations d'espaces réels pour les transformer en terrains de jeux expressifs et revendicateurs. Les ARGs et autres interventions apparaissent pour Brian Schrank comme des « utopies »⁸³. L'objectif n'est pas ici la critique radicale mais la volonté d'inviter les individus à agir de manière différente. Cette forme est, selon l'auteur, celle de l'émancipation. On y retrouve des artistes tels que Jane McGonigal et ses différents ARGs⁸⁴, mais aussi les interventions tant urbaines que vidéoludiques de Anne Marie Schleiner avec *OUT (Operation Urban Terrain)*, qui, en 2004, armée de son vélo, d'un ordinateur et d'un vidéoprojecteur, arpentait les rues de New-York et effectuait des performances pacifistes dans le jeu *Counter Strike* projetées sur les façades de la ville.



Figure 6.31 Anne-Marie Schleiner, *OUT*, 2004

⁸³ B. SCHRANK, *op. cit.*, p. 113.

⁸⁴ La dimension artistique des ARGs de Jane McGonigal paraît questionable, s'inscrivant elle-même par son discours dans le mouvement de la *gamification* et des *Games For Change*.

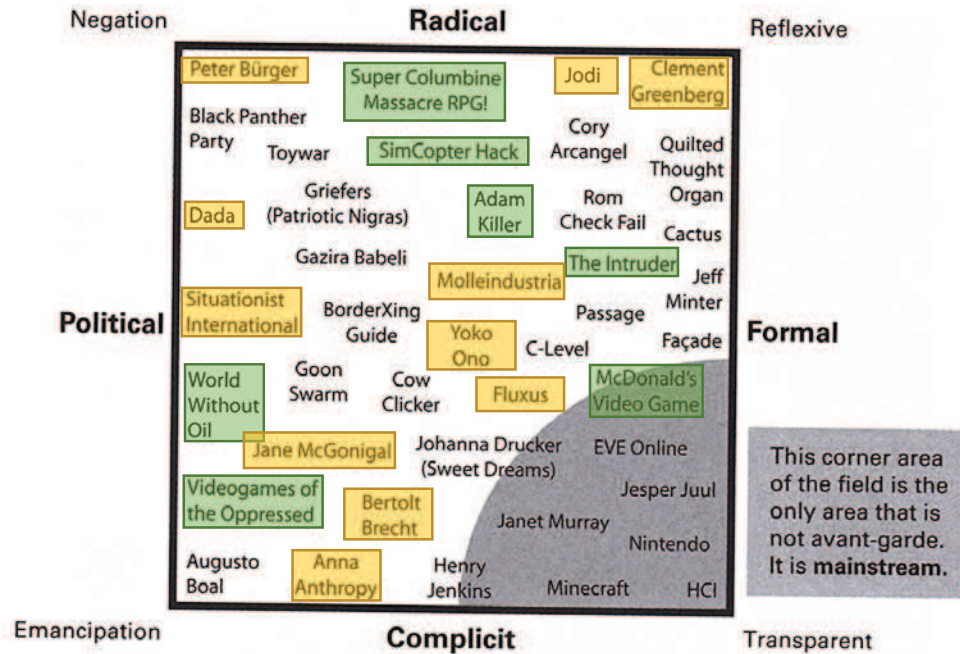


Figure 6.32 Figure de Brian Schrank recouvrant les différentes tendances et le champ de l'Avant-garde à l'exception du champ en bas à droite reflétant le mainstream et le Kitsch, avec mise en exergue des références citées dans la thèse.

Le travail de Brian Schrank a cette particularité de révéler les problématiques esthétiques à l'intérieur de l'Artgame et du Game Art, celles liées à la dimension formelle d'une pratique artistique recherchant les limites du médium, à la dimension politique et aussi esthétique, ranimant une portée symbolique et conceptuelle de l'art. Cette distinction proche de la définition préalable de l'Artgame proposée, apparaît comme une échelle sur laquelle il est possible de situer ces formes artistiques (Cf. figure 6.32). Cependant les catégories de Brian Schrank ne présentent aucune dimension critique. Son constat et sa classification sont nécessaires et précieux pour ce travail, mais il manque, cependant, l'apport d'un système de référencement des œuvres. En effet, en investissant la question de la forme qui se veut « apolitique », il est possible de remettre en question les intentions de Greenberg sur la « pureté » de l'art ou tout simplement sur sa neutralité. Tout comme pour les représentations formelles et structurelles des jeux, les œuvres reflètent une participation à un projet politique, que cela soit volontaire ou non. La forme se fait toujours le porte-parole d'une époque, d'un mouvement et donc de revendication. Vouloir s'inscrire dans une « pureté de l'art » revient à volontairement faire abstraction de la dimension symbolique et discursive de l'art. Pour en montrer les limites, Marc Jimenez propose une comparaison entre la vision de Clément Greenberg et la peinture du *Guernica* de Picasso. Avec les yeux du premier, le tableau n'est

plus qu'une toile de 8x3.5m, du fouillis de noirs, de gris, de blancs, qui évoque une bataille passée sous un rouleau compresseur. Ce serait alors oublier la représentation du bombardement de la ville espagnole de Guernica par Condor, la légion allemande nazie et l'aviation légionnaire italienne fasciste en 1937, et des milliers de cadavres⁸⁵. Ce point ayant déjà été évoqué dans le débat entre Miguel Sicart et Ian Bogost, il n'est pas nécessaire de revenir sur la nécessité de trouver une voie médiane dans les pratiques – du moins du côté de l'*Artgame* – d'une utilisation de la forme au service d'un discours, car sans prise en compte tant de la forme que du discours social ou politique, c'est bien le message lui-même qui échappe à son auteur. Il est donc possible de trouver une « voie du milieu » en mettant la forme au service d'une puissance critique et d'un engagement politique, comme semble le faire Dada dans un positionnement ambigu quant à son nihilisme subversif, dont on ne pourrait résoudre le conflit. Ainsi le fétichisme du *game design*, présent dans l'*Artgame*, témoigne de cette recherche autour des limites du médium, détournant et retournant les standards industriels en espérant voir émerger une manière « anti-kitsch » de faire des jeux vidéo.

La dimension « complice », riche de procédés, mérite, elle aussi, une investigation plus profonde compte tenu des exemples cités par Brian Schrank. En effet, voir apparaître Jane McGonigal comme l'une des conceptrices les plus proches de l'émancipation laisse envisager la subsistance de son optimisme et de sa *gamification* du monde (Cf. figure 6.32). L'attitude de Jane McGonigal transparaît dans la tendance que Brian Schrank appelle « complice » d'Avant-garde et correspond à un besoin semblable à celui d'esthétisation du monde tel que décrit par Gilles Lipovetsky et Jean Serroy⁸⁶, ou encore Valérie Arrault dans *L'Empire du Kitsch*⁸⁷. L'attitude positive et les sensations expérimentées par le moyen de l'art révèlent cette même volonté de recouvrir le réel d'une culture du plaisir et de la jouissance, faites de récits égotiques. Au vu des considérations préalables sur la dissémination du jeu dans le champ de l'art, il est tout à fait possible de considérer que la *gamification* est une tendance parente de l'esthétisation du monde. Au cœur de ce phénomène, Brian Schrank voit apparaître

⁸⁵ M. JIMENEZ, *op. cit.* p. 118.

⁸⁶ G. LIPOVETSKY, J. SERROY, *L'esthétisation du monde, vivre à l'âge du capitalisme artiste*, « Introduction », Paris, Gallimard, 2013, pp. 9-36 : « La société contemporaine de la profusion esthétique n'est pas d'avantage porteuse d'un culte de l'art, investi des plus hautes missions émancipatrices, pédagogiques et politiques : celui-ci a cessé d'être considéré comme une éducation à la liberté, à la vérité et à la moralité. Et les esthétiques marchandes qui triomphent n'ont nullement l'ambition de nous faire toucher un absolu en rupture avec la vie quotidienne. C'est une esthétique de consommation et de divertissement dont il s'agit [...] » (p. 33).

⁸⁷ V. ARRAULT, *L'Empire du Kitsch*, p. 118.

une dimension utopique qui, comme il a été vu au chapitre 3, manifeste une vision prisonnière de l'idéologie néolibérale dont les valeurs ne cherchent pas à s'extraire de cette culture devenue nature. Il apparaît donc comme « urgent » de revenir sur la définition des utopies afin de comprendre la portée de telles créations. Se font-elles les moyens d'adapter les individus contemporains, comme c'est le cas des pratiques de Jane McGonigal, au néolibéralisme, permettant ainsi leur « survie » ? Ou bien sont-elles l'expression d'une histoire révolue, laissant alors penser l'impossibilité de dépasser le nihilisme Dada ? N'y-a-t-il plus d'inquisiteurs des valeurs postmodernes et *kitsch* qui puissent aussi manifester un élan utopique, revendicateur, aspirant à de nouvelles valeurs ? Faut-il choisir entre sombrer dans le chaos et la folie la plus totale ou bien embrasser l'optimisme de nouveaux chemins rendant supportables les affres créées par le néolibéralisme ?

Avant d'aborder ces questions qui constituent le point névralgique de la dernière partie de cette recherche, il est essentiel de revenir sur ce qui fait défaut à la théorie de Brian Schrank. Si la catégorisation des tendances artistiques du jeu vidéo apparaît de manière extrêmement utile pour comprendre les enjeux de l'*Artgame* et *Game Art*, celle-ci mérite d'être complétée par une théorie des valeurs, telle que la propose Mary Flanagan dans les ouvrages *Critical Play : Radical Game design* et *Values At Play*.

Se situer dans le paysage vidéoludique

Les différentes problématiques soulevées dans ce chapitre trouvent un écho direct avec mon projet. Elles permettent de le situer au sein de la cartographie de ce paysage vidéoludique complexe que je ne fais qu'esquisser. Elles permettent aussi de comprendre comment ma création s'inscrit au cœur de tensions plus grandes que la volonté d'être critique de la *gamification*. L'utilisation du médium vidéoludique reflète déjà l'existence et l'installation de cette société du jeu total, mais elle exprime aussi, par la volonté de courants tels que l'*Artgame* ou le *Game Art*, une contre-culture à l'intérieur de celle-ci. La résurgence des ambitions de l'Avant-garde se confronte à celle néo-Avant-gardiste se faisant les témoins historiques de l'emprise néolibérale et de ses mécanismes.

Le jeu *The ScareCrow* de Moonbot, créé en 2013, se fait l'extrême représentation des dérives de la récupération des intentions artistiques et critiques dans la sphère vidéoludique. Se présentant comme un jeu utopique dont les valeurs sont, en apparence, celle d'une société

s'opposant à l'agriculture intensive et les élevages de masses, cherchant à ranimer les liens oubliés de l'homme avec son environnement naturel, celui-ci met le joueur à la place d'un épouvantail, déprimé face à ce qu'est devenu le monde. Pourtant c'est bien l'espoir qui est au cœur de ce jeu, semblant dépasser le nihilisme radical de Dada.

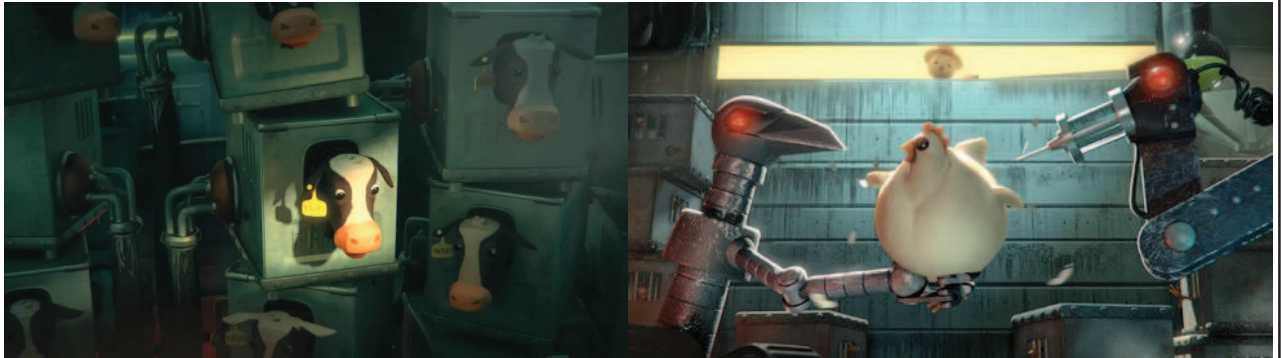


Figure 6.33 Captures d'écran de la cinématique du jeu *The ScareCrow*, MoonBot Studios et Chipotle Mexican Grill 2013

Les représentations formelles et narratives de *The ScareCrow* ne laissent pas de doutes à ce sujet. Les structurelles, quant à elles, restent basiques et manquent de réflexion sur leur rhétorique. Cependant malgré cette lacune, le jeu apparaît comme un « ovni », non commercial, touchant, et plein de bonnes intentions. En reprenant espoir, l'épouvantail décide de changer le monde. Il construit sa ferme, cultive ses aliments, et s'occupe seul de faire connaître une nourriture saine et éthique dans la ville⁸⁸. Le symbole de ce revirement de situation est un poivron dont la forme et la belle couleur rouge laissent imaginer la bonne santé de ce fruit, revendicateur et présentant, dans ce contexte, des valeurs citoyennes.



Figure 6.34 Captures d'écran de la cinématique du jeu *The ScareCrow*, MoonBot Studios et Chipotle Mexican Grill 2013

⁸⁸ Il est possible de faire le rapprochement avec la revendication du mouvement « Slow Food », organisation internationale, créée en 1989, s'opposant aux fastfoods et autres nourritures industrielles. L'objectif de ce mouvement est de faire prendre conscience aux citoyens comment les choix alimentaires impactent sur le monde.

The ScareCrow est en réalité un « *advergame* » (condensé de « *advertise* » qui signifie publicité et de « *game* » qui signifie jeu). Dans la société du jeu total, l'expressivité du médium vidéoludique a été très rapidement⁸⁹ saisie par le vaste domaine de la publicité et du *marketing*. Le poivron rouge qui apparaît dans le jeu, symbole d'une agriculture responsable, est l'introduction subtile, presque subliminale, du logo de la chaîne de *fastfood* Chipotle Mexican Grill.

Figure 6.35 Logo de la chaîne de Fast Food Mexican Grill



Cette chaîne de *fastfood* est engagée sur la voie d'une alimentation éthique, organique, sans OGM et favorisant les élevages en plein air. Si on ne peut que louer ces démarches, il est possible de douter que Chipotle traduise un « monde meilleur ». Ses valeurs restent celle de la consommation rapide et de l'immédiateté, contrairement aux valeurs promues dans le jeu. Ces aliments restent douteux quant à leur qualité, trop sucrés et trop salés. Ils ne produisent pas non plus une nourriture « saine » pour les individus. Egalement, la chaîne participe à la diffusion massive et standardisée de plats « mexicains » dont l'objectif est de faire des *tacos* les nouveaux *hamburgers*. En bref, la politique de transparence de Chipotle ne participe pas suffisamment à « cultiver un monde meilleur ». *The ScareCrow* se vêt de la peau des jeux vidéo critiques pour ne révéler au final qu'un « coup de pub », visant à accroître l'étendue de l'empire de Chipotle, comptant aujourd'hui plus neuf cents restaurants dans le monde.

Pour se repérer à l'intérieur de ce paysage vidéoludique dense, la rhétorique procédurale de Ian Bogost apparaît comme primordiale permettant de contrôler le message qui se forme à l'intérieur des mécaniques de jeux. Les différentes catégories de jeux vidéo artistiques étudiées à travers la proposition de Brian Schrank, permettent de révéler un territoire fertile à la réflexion tant dans l'aspect politique que dans les pratiques sur la forme. En effet, voir ces différentes œuvres laisse à penser les spécificités visuelles du jeu vidéo et

⁸⁹ Les premiers *advergames* datent des années 1980 et visent essentiellement la promotion de film. En 1995 apparaît la première entreprise spécialisée dans la création de ces jeux vidéo publicitaires, Sky-Works.

demande d'en tenir compte comme un ensemble. Les jeux vidéo déploient une rhétorique formelle et structurelle pouvant se réconcilier pour servir une même finalité⁹⁰.

L'Envers du Décor apparaît, d'après les recherches précédentes, comme un *artgame* politique radical, inspiré des pratiques d'Avant-garde, en ce qu'il reprend le projet d'un art critique et s'inscrit dans la même négation que Dada. Le jeu vidéo y est alors utilisé comme un médium capable de peindre le portrait de la société contemporaine, celle du jeu total et de ses dérives. Pour parvenir à ces objectifs, les différents procédés utilisés ont été déjà abordés. Ils passent par l'utilisation de codes conventionnels du jeu vidéo : en effet, la partie qui se situe dans les quartiers joue sur les connaissances du « joueur » en matière de jeu vidéo, mais en atteint les limites en procédant à une remise en question formelle à l'intérieur même de mécaniques admises, comme il a été vu avec l'exemple de la jauge et des points, mais aussi plus généralement avec la construction d'un double système de jeu.

La dimension politique de ce projet s'inscrit aussi par la proposition d'ARG qui accompagne le joueur depuis son quotidien jusqu'à l'univers du jeu. En s'immisçant dans la vie de l'utilisateur, le jeu s'inscrit aussi dans la tendance politique complice tout en s'y trouvant opposé. En effet comme il a été vu, cette tendance s'inscrit dans un idéal d'optimisme, de beauté, de convivialité et de joie. Ici l'ARG est utilisé comme un mécanisme néfaste, à l'image du procédé de *The ScareCrow* dont le jeu vidéo et la critique apparaissent comme un moyen d'« appâter » les joueurs vers les restaurants de Chipotle. L'ARG dans mon projet possède la même fonction « commerciale » – comme c'est souvent le cas – pour conduire le joueur vers mon projet ludique. Cependant, à la différence de cette orientation, il n'y a ici rien à vendre, rien à acheter. La fonction de l'ARG est de démontrer au joueur comment celui-ci s'est laissé séduire par les mécanismes de la société du jeu total et de l'inviter à en sortir par une réflexion critique proposée par le jeu. Finalement la *gamification* atteint aussi mon travail, en ce que la réflexion critique se déguise sous les attraits d'un jeu, dont les structures internes apparaissent comme autant de fondations permettant de toucher mon joueur et de lui transmettre un message. Mais à l'inverse de celle-ci, l'objectif n'est pas de l'entretenir dans ce filet ludique, mais de lui donner envie de retourner vers le réel. En reprenant le schéma des tendances proposé par Brian Schrank, il est visible que, plutôt que de

⁹⁰ C'est ce que l'on retrouve sous la dénomination d'« hypermédium », notion proposée et analysée au chapitre 7, p. 352.

couvrir un seul angle, le projet s'attache à comprendre les différentes dimensions du jeu vidéo et à les utiliser toutes ensemble dans une orientation critique.

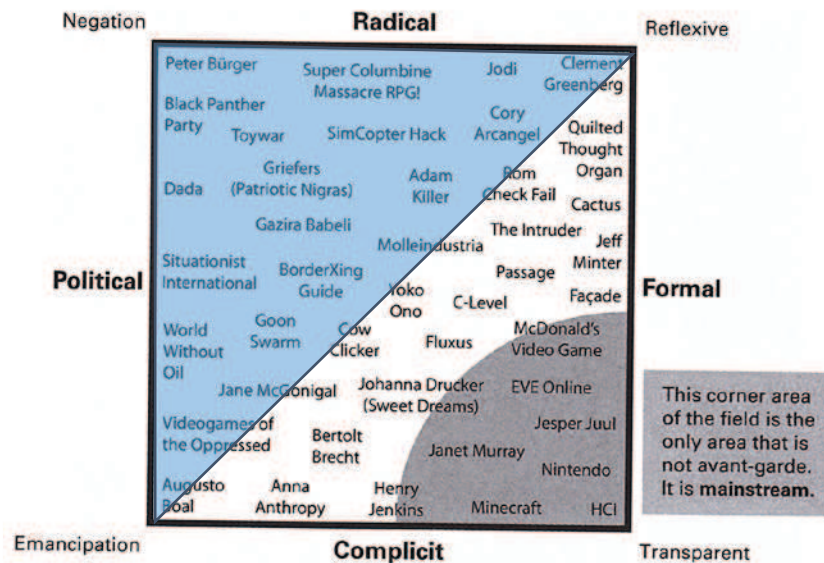


Figure 6.36 Reprise du schéma de Brian Schrank et situation du projet en bleu

Ainsi, comme représentée sur le schéma en bleu, l'intention du projet est celle d'une critique radicale mais elle élargie, aussi, la dimension formaliste en faisant la jonction par certaines mécaniques et procédés graphiques utilisés. De la sorte, la rhétorique procédurale critique s'inscrit dans l'angle négation. La mécanique du « Mur Invisible », quant à elle, induit un travail formel de remise en question des limites du médium par le procédé visuel de l'*Out of Bound* (« l'envers du décor »). Enfin l'interrogation reste ouverte sur l'axe de l'émancipation car jusqu'à présent, le projet n'a fait que proposer majoritairement l'imitation des mécanismes de la société du jeu total. Il est encore nécessaire de creuser cette dimension pour dépasser le stade nihiliste et chercher en quoi mon projet cherche à toucher du doigt un élan potentiellement utopique.

3. De la nécessité d'une philosophie esthétique de l'Artgame et du Game Art : le « radical game design » de Mary Flanagan

La théorie esthétique de Brian Schrank ne tient pas compte d'une possible participation à l'intérieur même des courants artistiques d'une tendance *kitsch* participant de l'avènement d'une société du jeu total. Il paraît difficile de penser que soient si bien séparées les valeurs du néolibéralisme. Tout comme le théorisent Mattéo Bittanti et Kristine Ploug, n'est-il pas possible de voir émerger un jeu vidéo politique, radical, d'Avant-garde de l'industrie vidéoludique ?⁹¹ Et à l'inverse de voir apparaître une œuvre *kitsch* à l'intérieur même de l'Artgame ou du Game Art ?⁹² Comme le souligne Valérie Arrault, mais aussi Peter Bürger et Clément Greenberg, l'art est devenu le synonyme du Kitsch. Bien qu'il subsiste des différences, de taille, entre les valeurs d'une œuvre d'Avant-garde et celles d'une néo-Avant-garde, sa dissémination rend elle-même délicate la possibilité de se repérer. C'est donc bien d'un système de référencement et de critères, réveillant finalement l'ambition d'une philosophie esthétique, qu'il est nécessaire de ranimer, tel qu'il habite le travail de Mary Flanagan.

3.1 Une théorie d'Avant-garde du game design

En partant de l'observation des pratiques ludiques et de la trajectoire du jeu dans les arts, Mary Flanagan cherche, dans *Critical Play : Radical Game Design*, à comprendre l'influence du jeu sur la société contemporaine. Pour elle, le jeu doit apparaître comme une forme créative permettant l'exploration de thématiques sociales, culturelles et politiques⁹³.

⁹¹ A ce titre, on peut citer la portée subversive des *GTA* qui ont toujours su mettre en scène en arrière-fond de leur jeu une satire sévère de la société de consommation, noyée par un *gameplay* néolibéral, affranchissant le joueur de toute forme d'éthique et de sens critique. Cf. Valérie Arrault, « Faire œuvre à l'âge du capitalisme culturel », Journée d'étude *Actualité de la critique d'Herbert Marcuse ?*, Montpellier, 13 Mars 2014. Cette question est rediscutée dans le chapitre 7.

⁹² De nombreux *artgames*, à la frontière du *Game Art*, travaillent sur la question du périphérique de contrôle. Brian Schrank cite par exemple *Massage Me* (*op. cit.*, p. 102), créé en 2007 par le groupe Kobakantinen, dans lequel deux joueurs peuvent accomplir une performance de jeu de combat en détournant l'excès d'énergie donné par un jeu vidéo, en un massage. Le périphérique de contrôle devient alors un vêtement dont certaines zones contiennent des boutons d'action connectés au jeu. Un joueur appuie donc sur ces zones pendant qu'un autre individu se fait masser. Pour apprécier le jeu, il faut donner du plaisir à quelqu'un d'autre. La création de ces dispositifs s'inscrit dans des problématiques de « convivialité », d'installation « unique » qui séduisent les musées contemporains. Ces expérimentations pourtant en dehors des standards vidéoludiques retrouvent alors une dimension *kitsch* lorsque leur recherche s'arrête à la création d'expériences esthétiques de petits plaisirs futiles.

⁹³ M. FLANAGAN, *Critical Play : Radical game design*, *op. cit.*, p. 6.

Critical Play is the first book to examine alternative games and use such games as models to propose a theory of Avant-garde game design – that is, like alternative theories of narrative texts, poetry, and film, a theory that focuses on the reworking of contemporary, popular fame practices to propose an alternative, or « radical » game design.⁹⁴

En employant le terme « play », Mary Flanagan fait référence à une pratique ludique qui va à la fois se trouver du côté du joueur et du côté de ceux qu'elle appelle les « artistes », à savoir ceux qui créent en dehors des institutions commerciales⁹⁵ – et donc par extension en dehors du marché de l'art contemporain lui-même. Le « *critical play* » (le « jouer » critique ou la pratique ludique critique) est ce qui permet de doter de sens critique certaines actions dans des contextes de jeu, passant souvent par la subversion du contenu, du scénario ou des règles. Ce détournement permet de faire apparaître une dimension politique du jeu : il peut aussi bien être le fruit de la pratique d'un joueur que d'un concepteur. L'un comme l'autre peut chercher à se réapproprier le médium, créant ainsi une circulation depuis l'émergence de l'attitude ludique à l'attitude critique.

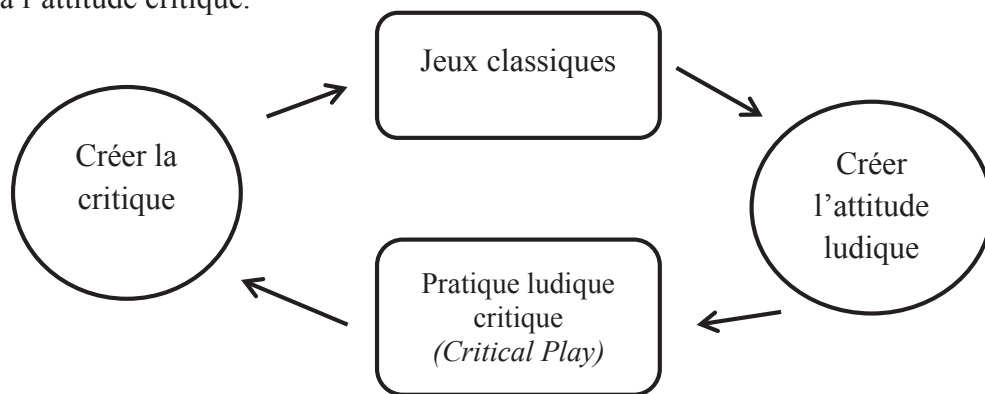


Figure 6.37 Schéma effectué pour illustrer la différence entre les jeux classiques cherchant à créer l'attitude ludique et la pratique ludique critique (*critical play*) cherchant lui à créer la critique

Cette théorie du « *critical play* » prend tout son sens par le travail de la notion de « valeur » qui est développé en profondeur dans un autre ouvrage de Mary Flanagan, plus récent, *Values at Play*, co-écrit avec la philosophe Helen Nissenbaum, publié en août 2014. Dans celui-ci, les deux auteurs définissent la valeur dans une approche pluraliste, comme étant une propriété, un état que l'on cherche à atteindre. Elle est similaire à un objectif, ou plutôt une finalité compte

⁹⁴ *Ibid.*, pp. 1-2.

[Traduction] *Critical Play* est le premier livre à examiner les jeux alternatifs et à utiliser de tels jeux comme des modèles pour proposer une théorie du *game design* d'Avant-garde – ce qui est, comme pour les théories alternatives de narration, de poésie et de cinéma, une théorie qui se concentre sur le remaniement de pratiques populaires de renommée contemporaine, afin de proposer une méthode alternative, ou « radicale », de conception de jeux.

⁹⁵ M. FLANAGAN, *op. cit.*, pp. 3-4

tenu de la dimension sérieuse, plus abstraite et générale qu'elle suppose. Mary Flanagan et Helen Nissebaum distinguent alors des valeurs éthiques comme le respect, la responsabilité ou la collaboration, et des valeurs politiques comme la justice, l'égalité, la démocratie, la liberté, etc⁹⁶. Les valeurs sont essentielles car elles sont pour les auteurs ce qui lient des communautés, tant sur le plan culturel, religieux, esthétique, politique, éthique ou tout simplement humain. En d'autres termes, malgré le pluralisme des valeurs qui peuvent évoluer, prendre différentes formes et différents sens selon les sociétés, celles-ci représentent un système de références sociales, constituant souvent des « idéaux » pour un groupe donné d'individus, à un moment précis.

Mary Flanagan s'inscrit dans une portée revendicatrice en engageant un discours sur les valeurs qui, bien souvent, est éludé aussi bien par les concepteurs que par les joueurs. Son ambition est de créer un « *values-conscious design* »⁹⁷ (une conception consciente de ses valeurs morales, sociales et politiques) qui s'incarne dans la figure du concepteur éclairé⁹⁸. L'un des exemples de Mary Flanagan est illustratif de sa démarche, il s'agit de *[mapscotch]*⁹⁹. Celui-ci propose de faire des interventions dans la ville en distribuant, aux passants dans la rue, des thématiques. Les organisateurs leur proposent de créer une carte mentale sous la forme de marelles représentatives des problèmes évoqués par le thème. Non seulement le processus de création va permettre aux individus participants d'analyser les enjeux sociaux et politiques soulevés, mais ils vont se résoudre à les mettre en scène par des marelles subversives dont les formes deviennent, elles aussi, porteuses de sens. Dans *Critical Play*, Mary Flanagan propose une brève analyse de la manifestation des valeurs dans le *design* de la marelle¹⁰⁰. Par exemple deux marelles côte à côte impliquent de la compétition. Faire varier leur taille implique d'augmenter la difficulté de jeu¹⁰¹. Le sens et la symbolique peuvent aussi

⁹⁶ M. FLANAGAN, H. NISSEBAUM, *Values at Play in Digital Games*, Cambridge, MIT Press, 2014, p. 20.

⁹⁷ *Ibid.*, p. 11.

⁹⁸ Cf. chapitre 5, p. 217.

⁹⁹ Vidéo du projet disponible en ligne (consulté le 25.08.15) à l'url suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=CYSKOQOUrVk>.

¹⁰⁰ M. FLANAGAN, *Critical Play : Radical Game Design*, pp. 8-9.

¹⁰¹ Les propos de Mary Flanagan à ce sujet traduisent d'une bonne connaissance en *game design* reflétant les travaux de RGD (*Rational Game Design*) et révélant les « paramètres atomiques » sur lesquels il est possible d'agir pour changer la difficulté du *gameplay* : taille de la zone de jeu, position, nombre de choix possibles, etc. Les paramètres atomiques sont les plus petits éléments d'un jeu sur lesquels le concepteur peut avoir un contrôle. Ils sont tout simplement des leviers permettant d'augmenter ou de diminuer la difficulté d'une mécanique de jeu. Cependant, la grande différence mise en place par Mary Flanagan est qu'elle introduit à l'intérieur de ces paramètres le concept de valeurs, voyant dans chaque déplacement de la règle les discours qui se forment dans l'espace du jeu. Ainsi il serait fort nécessaire d'effectuer un travail de confrontation des théories de RGD à la théorie du « *critical play* » pour voir dans les paramètres

être modifiés par le réagencement des cases. Jean-Marie Lhôte rappelle, dans *Le Symbolisme des Jeux*, que ces lignes tracées sur le sol sont des images simplifiées de cathédrale sur lesquelles le joueur progresse pour atteindre le « Paradis ». Les marelles sont des échelles horizontales, couchées sur le sol, ce qui les distingue de la verticalité des cathédrales devant conduire à l'élévation spirituelle. Ici la dimension horizontale illustre à la fois la condamnation religieuse des jeux, mais aussi leur caractère futile qui ne saurait élever l'esprit¹⁰². Ainsi, les marelles de Mary Flanagan exploitent le jeu dans une portée définitivement subversive quant à leur possible origine puisqu'elles sont, dans son projet, l'une des conditions permettant d'éclairer la conscience du joueur en développant son esprit critique.

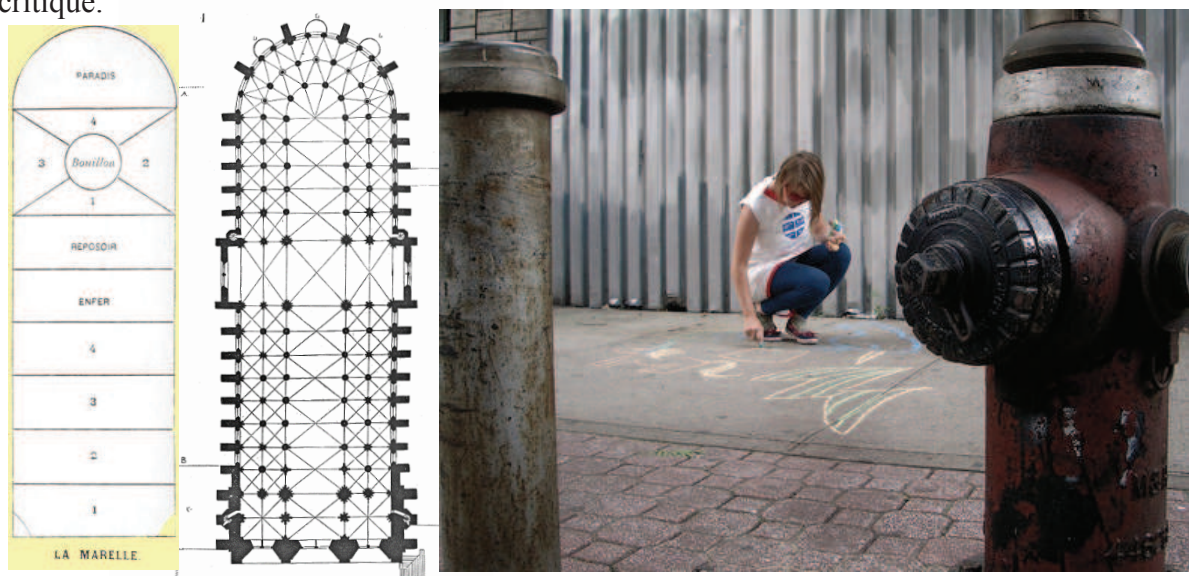


Figure 6.38 A gauche, Comparaison d'une ancienne marelle et d'un plan de la cathédrale de Paris sans ses adjonctions _ Figure 6.39 A droite, Photographie du projet de Mary Flanagan, [mapscotch]



Figure 6.40 Photographie du projet d'Augustina Wood, Hopscotch, exposition Play Ground, Biennial des Amériques, Denver, 2015

atomiques non seulement ces leviers de difficulté ludique, mais aussi des leviers idéologiques permettant de faire varier le discours.

¹⁰² J-M. LHÔTE, *Le Symbolisme des jeux*, op. cit., pp. 50-52.

3.2 Les outils de la théorie de la pratique ludique critique

En ouvrant la question de la pratique ludique critique, Mary Flanagan identifie trois attitudes de remise en question¹⁰³ :

- La première attitude est le « *unplaying* ». Il s'agit du non-joué. Le jeu n'est pas joué comme il devait l'être. On y retrouve un anti-jeu, une remise en question des règles où même l'arrêt du jeu. Dans le cadre des jeux de maison de poupées déjà cités au chapitre 5, Mary Flanagan identifie le non-joué par la mise à mort des poupées, ce qui révèle bel et bien d'une attitude ludique et d'un jeu mais qui détourne les projections des concepteurs et les *affordances* premières de ce jouet.
- La deuxième attitude est le « *reskinning* », que l'on peut traduire par la personnalisation. Il s'agit d'altérer l'apparence du jeu. Ici, ce sont les représentations formelles que l'on modifie, et par là-même le thème du jeu est revisité et détourné. Toujours dans le cadre de la maison de poupées, les poupées sont déguisées, les vêtements échangés, permettant de modifier leur rôle.
- La dernière attitude est le « *rewriting* », soit la réécriture. L'accent est mis sur la dimension narrative et le contexte dans lequel se déroule le jeu. Dans le cadre des maisons de poupées, il s'agit d'inventer des scénarios, des fictions autour des poupées. Les enfants réinventent l'histoire avec de nouvelles significations sociales et personnelles.

Pour Mary Flanagan, ces attitudes de remises en question se retrouvent dans les jeux vidéo et notamment dans le jeu *Les Sims*¹⁰⁴ où le non-joué apparaît dans la mise en scène de rituels macabres visant à tuer ou à rendre la vie misérable d'un Sims (Cf. *figure 5.5*), la personnalisation, elle, se voit dans la création des personnages et des maisons qui peuvent traduire des attitudes non conventionnelles, et enfin la réécriture apparaît dans une dimension qui entoure le jeu, notamment par la création de forums et de roman-photo sur Internet par les joueurs. Si ces attitudes apparaissent principalement comme celles des joueurs, pour Mary Flanagan, il est nécessaire qu'elles deviennent aussi celles des concepteurs qui doivent alors tenir compte de la pratique du jeu et des valeurs manipulées. C'est à la fois l'esprit critique et

¹⁰³ M. FLANAGAN, *op. cit.*, pp. 32-33.

¹⁰⁴ *Ibid.*, pp. 52-55

l'appropriation du jeu par le joueur qui sont recherchés dans la théorie du « *critical play* », ceci dans une relation nécessaire avec le travail du *game designer*.

Le concept de valeurs intervient sous deux formes dans le travail de Mary Flanagan. Tout d'abord celle d'un processus de conception, démontrée dans *Critical Play, Radical Game Design*, ensuite sous la forme d'un guide de questions soulevant quinze éléments essentiels pour la compréhension et la prise en compte des valeurs au cœur du *game design* dans *Value at Play*¹⁰⁵.

*The critical play method is intended as a tool for future game makers, play designers, and scholars. The desired results are new games that innovate due to their critical approach, games that instill the ability to think critically during and after play.*¹⁰⁶

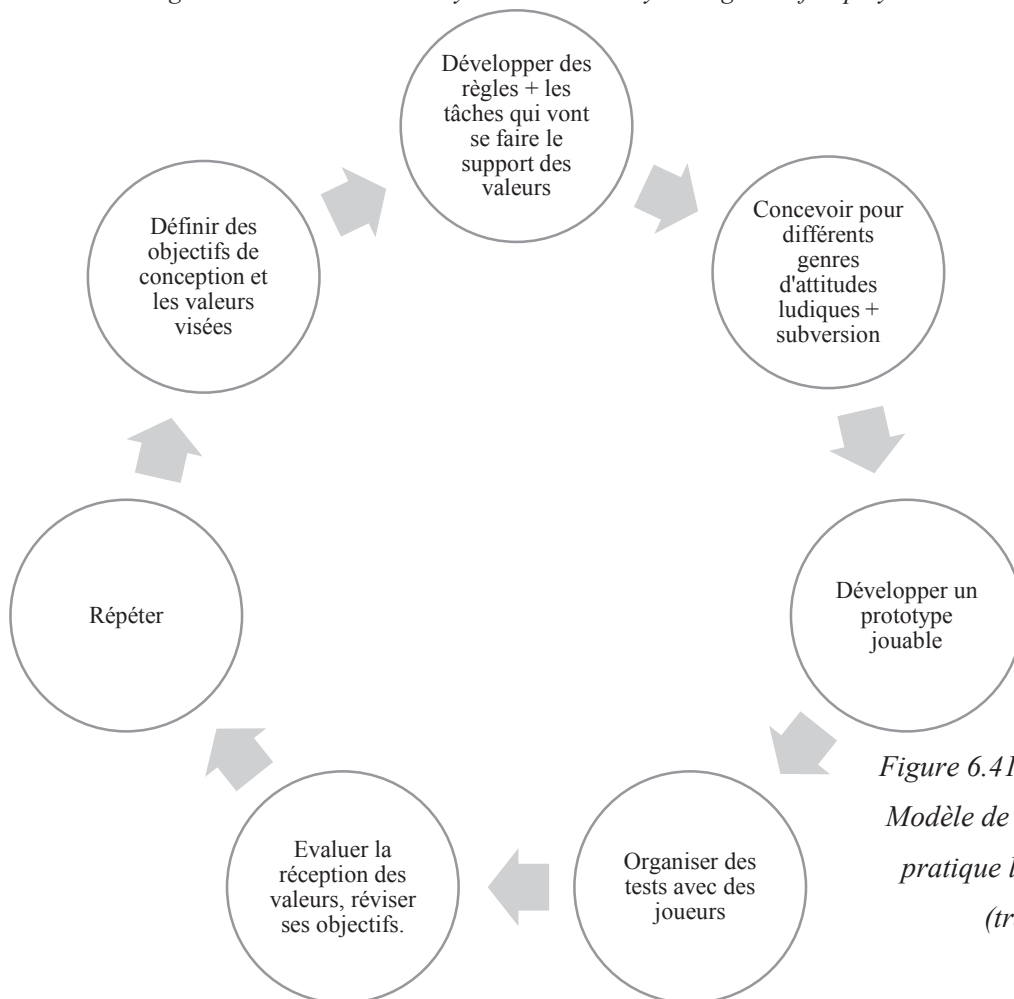


Figure 6.41 Mary Flanagan,
Modèle de la méthode de la
pratique ludique critique
(traduit)¹⁰⁷

¹⁰⁵ Cf. Annexes, figure A.10 « Synthèse et traduction du guide de conception de Mary Flanagan et Helen Nissenbaum », pp. 497-498.

¹⁰⁶ M. FLANAGAN, *Critical Play : Radical Game design*, p. 261.

[Traduction] La méthode de la pratique ludique critique est souhaitée comme un outil pour les futurs constructeurs de jeu, les concepteurs de ludique, et les chercheurs. Les résultats désirés sont ceux de nouveaux jeux qui innovent par leur approche critique, des jeux qui inspirent une pensée critique pendant et après le jeu.

¹⁰⁷ *Ibid.*, p. 257

Ce processus de conception (Cf. figure 6.43) s'oppose à un modèle industriel qui ne tient pas compte de la question des valeurs, selon Mary Flanagan. Celui-ci révèle à l'intérieur de ces étapes la nécessité de prendre en compte les joueurs, non plus comme une figure archétypale et stéréotypée, mais bien au pluriel afin d'envisager différentes expériences ludiques invitant à la subversion des règles du jeu. Le guide de conception¹⁰⁸, quant à lui, montre la difficulté de tenir compte et de maîtriser le discours du jeu dans toutes ses dimensions : objectifs du jeu, personnages, actions, choix laissés aux joueurs, interactions avec l'environnement, les PNJ ou d'autres joueurs, le point de vue adopté par le jeu, le *hardware* (matériel informatique) peut lui aussi être interrogé – à la manière dont sont détournés les périphériques de contrôles dans certains *artgames*, les valeurs technologiques sont, elles aussi, à prendre en compte –, l'interface, le moteur de jeu utilisé – il est lui aussi véhicule de valeurs et de contrainte pour le concepteur qui se manifestent dans l'expérience ludique proposée au joueur –, le contexte dans lequel les joueurs activent le jeu, les récompenses offertes aux joueurs, les stratégies et enfin l'esthétique du jeu¹⁰⁹.

Le concept de valeur introduit dans la méthode du « *critical play* » apparaît comme un garde-fou, à la recherche des orientations, des tensions et des contradictions qui peuvent habiter les œuvres. Il insuffle également, tout comme la rhétorique procédurale, la nécessité de prendre conscience du médium que les concepteurs manipulent. Il ranime la notion de finalité et réhabilite l'idée d'une boussole qui fait sens pour construire un nouvel avenir. La proposition de Mary Flanagan se marie avec celle de la rhétorique procédurale, qui, elle, entre en confrontation avec la conception de mécanique par la prise en considération des figures de style. La conciliation de ces deux méthodes permet de construire une théorie esthétique¹¹⁰ des jeux vidéo, si tant est que l'on garde en tête les considérations apportées par la méthode de la sociocritique – et plus particulièrement les concepts d'idéologèmes et de sujet culturel. La proposition de Mary Flanagan, plus orientée vers le joueur, prend aussi en compte, que celui-ci est un sujet culturel qui manipule le jeu, le détourne, afin de faire ressortir les

¹⁰⁸ M. FLANAGAN, H. NISSEBAUM, *op. cit.*, p. 51

¹⁰⁹ Le guide de conception de Mary Flanagan se trouve synthétisé et partiellement traduit en annexes. Cf. figure A.10 *Synthèse et traduction du guide de conception de Mary Flanagan et Helen Nissenbaum, Value at Play in Digital Games*. Ce guide constitue globalement les éléments de jeux déjà abordés tout au long de la thèse. Y faire à nouveau référence serait redondant. Ce guide de conception a été utilisé pour tenter de prendre conscience de la dissémination des valeurs dans chaque élément du jeu développé en parallèle de cette thèse.

¹¹⁰ La nécessité d'une théorie esthétique soulevée dans ce chapitre ne fait pas référence à une philosophie du beau et de formes sensibles *a priori*. Comme il a été plusieurs fois relevé, ce sont les discours qui se manifestent à l'intérieur des formes qu'il faut analyser à l'aide d'outils et de points de repère.

préoccupations sociales et politiques de l'air du temps. Elle permet de faire apparaître dans la création ou le détournement de jeux vidéo artistiques, autrement dit de l'*Artgame* – mais aussi probablement du *Game Art* – le potentiel critique fidèle aux revendications des arts modernes. C'est tout un programme de décolonisation du médium vidéoludique qui apparaît dans le creux de ces théories, décolonisation des standards, des *game design patterns*, des mécaniques, et surtout des imaginaires.

« Unplaying-reskinning-rewriting »

La théorie du *critical play* est ce qui habite le projet depuis sa naissance. La notion de valeurs, déjà utilisée à plusieurs reprises pour former la critique qui se niche dans les différents espaces du jeu, paraît primordiale afin de travailler un message cohérent pour le joueur. Elle est une boussole effective qui outrepassse le domaine du jeu, permet de relier le monde réel, qui transparaît par les valeurs, et les procédés ludiques utilisés.

Les outils de la théorie du *critical play* « *unplaying-reskinning-rewriting* » sont utilisés à deux niveaux dans mon projet. Tout d'abord à un niveau macroscopique, sur l'ensemble du jeu, la dimension du « non-joué » (*unplaying*) est investie en ce que le joueur est invité à ne pas répondre aux sollicitations de cette ville ludique et à partir à la recherche d'autres horizons. L'utilisation du procédé de l'*Out of Bound* dans le jeu, par la mécanique de « l'envers du décor », traduit cette orientation du détournement chez le joueur, l'exécution de sa liberté et la mise au défi des carcans néolibéraux. Le projet artistique de Mary Flanagan, *Borders*, explore un procédé similaire, bien qu'il reste à la frontière de l'intention que je souhaite mettre en place. Dans *Borders*, le joueur effectue une promenade poétique le confrontant aux limites de l'espace proposé, par l'orientation de son regard sur les défauts du monde qui l'entoure : texture abîmée, étirée, *glitch*¹¹¹, et toutes sortes d'artifices révélant la construction du jeu.

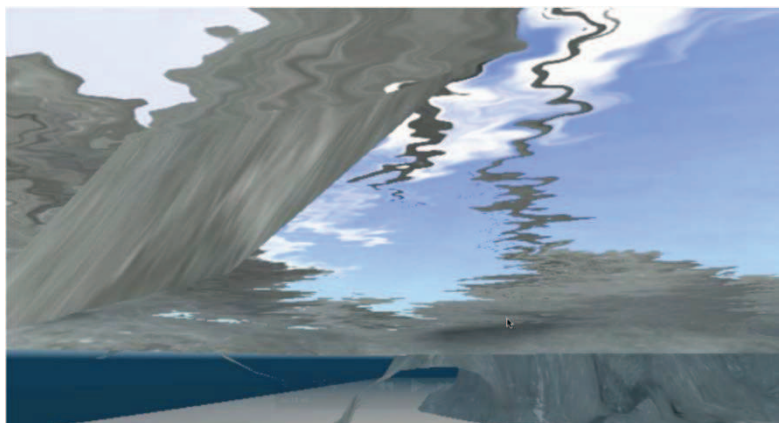


Figure 6.42 Mary
Flanagan, *Borders*,
2010

¹¹¹ Un *Glitch* est un comportement erroné d'un objet dans un jeu vidéo qui cause un *bug*

Dans l'espace de l'envers du décor, les éléments sont fragmentés, chaotiques et montrent, eux-aussi, les artifices mécaniques des jeux vidéo. Cette représentation est également une métaphore qui donne à connaître les limites du jeu dans lequel le joueur est projeté, mais aussi par extension, les frontières de la société du jeu total. L'envers du décor et ses procédés ludiques appuient l'idée selon laquelle, le monde *gamifié* et le néolibéralisme sont bel et bien une *construction* culturelle, et ne sauraient en rien apparaître comme un réel immuable, comme semble le confondre Jane McGonigal. Chercher à rencontrer ces contre-espaces cachés révèle une volonté de ne pas jouer (*unplay*) au jeu du néolibéralisme symbolisé par le premier système reflétant ces mécaniques. Cette attitude critique et ludique est proposée au joueur de manière globale, en ce qu'il peut venir défier ce système permissif autoritaire incarné dans les mécaniques de jeu. Par conséquent, il se dissémine dans des dimensions plus microscopiques. Par exemple, le « non-joué » est aussi présent en s'opposant aux sollicitations des défis qui sont lancés au joueur pour gagner des badges. Par extension, pour les refuser, ce sont donc les mini-jeux qui ne doivent pas être activés par le joueur, comme il a été vu au chapitre 3.

Les mini-jeux mettent en scène une autre attitude critique, celle de la personnalisation (*reskinning*), ici, proposée dans son sens littéral, comme un « rhabillage » du jeu. Les stations disséminées dans la ville virtuelle dispensent des mini-jeux inspirés des jeux d'arcade des années 1970 et 1980. Ayant besoin de retranscrire les différentes strates de l'univers proposé, ces mini-jeux doivent être rapides, instantanés, et posséder une rhétorique, elle aussi, quasi immédiate pour le joueur¹¹². Pour parvenir à ce résultat, l'idée est de réutiliser une mécanique puisée dans les jeux d'arcade et de la rhabiller aux couleurs postmodernes de la société du jeu total. Il y a ici une référence, évidente, avec l'article de Tiffany Holmes voyant une affiliation directe avec les possibilités d'appropriation de ces premiers jeux et leur détournement par le mouvement de l'*Artgame* à ces débuts. Ainsi sous des allures simples, de « tuer les tous » (« *shoot them up* »), d'attrape-les-objets-tombants (« *catching-fall-object* »¹¹³), de jeu de plateforme (« *platformers* »), de course (« *racing game* »), de labyrinthe ou de combat, c'est la société du jeu total qui réapparaît sous les thématiques de la bourse, du travail, de

¹¹² Ces mini-jeux sont voués à être joués tant depuis le jeu, que depuis des bornes d'arcades réelles disposées dans la ville de Montpellier, inscrites dans le procédé ARG utilisé qui apparaît dans un second temps de la construction du projet. Ces mini-jeux ne font sens qu'une fois replacés au sein de la totalité du jeu.

¹¹³ Catégorie relevée par Matt Barton et Bill Loguidice, dans l'article « A history of gaming platforms : Atari 2600 Video Computer Systems / VCS », publié sur la plateforme *Gamasutra*, disponible en ligne (consulté le 24.08.15), à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/view/feature/131956/a_history_of_gaming_platforms.php?print=1.

l'humanitaire, des relations entre les individus, de la science, ou de la médecine, du narcissisme et de la dispensation de dopamine. Ce procédé, de réappropriation des jeux d'arcade, a fait l'objet d'un projet chez le chercheur et *game designer* Gonzalo Frasca : « *Play My Oppression* »¹¹⁴, en référence au théâtre des opprimés d'Augusto Boal. Chez l'un comme chez l'autre, le médium utilisé n'est pas un but en soi mais le vecteur de réflexion et de discussion sur des propos politiques et sociaux par la prescription d'une pensée critique. Effectué sous la forme d'ateliers et mis à disposition sur un forum en ligne, l'objectif de Gonzalo Frasca était d'encourager la création de jeux capables de se faire l'exutoire de problèmes particuliers. En réutilisant des jeux simples, en modifiant leur habillage, et en détournant leurs mécaniques basiques, Gonzalo Frasca s'est aperçu de certains points de convergence rhétorique entre les créations. Un jeu de course peut symboliser la fuite d'un problème, tout comme un jeu de labyrinthe. Les jeux de combats permettent de confronter souvent des idées opposées ou des querelles entre des individus. Un jeu de tir (*shoot them up*), lui, représente un personnage seul, attaqué par un groupe, et donc exclu. Ici, il ne s'agit pas de permettre l'expression personnelle, mais de retranscrire des mécaniques mises à jour dans l'analyse de la société du jeu total, tout en participant à la construction d'un univers ludique cohérent dans sa critique.

Pour illustrer cette démarche, voici l'exemple du mini-jeu que l'on retrouve dans la « Station de Bonne Conscience » visant la critique des *Game For Changes*. Le jeu de départ est un « attrape-les-objets-tombants » tel que *Kick* de John Pasierb, publié par Midway en 1981 dans lequel le joueur incarne un jongleur sur un monocycle devant rattraper des ballons qui tombent, ou bien encore *Avalanche* de Dennis Koble, publié par Atari Inc en 1978 dans lequel le joueur doit attraper des pierres, ou encore le jeu *Kaboom !* de Larry Kaplan, publié en 1981 par Activision, dans lequel un malfrat jette des bombes que le joueur doit empêcher d'exploser au contact du sol.

¹¹⁴ G. FRASCA, « Video games of the oppressed : videogames as a means for critical thinking and debate », thèse de doctorat, 2001, p. 96, disponible en ligne (consulté le 24.08.15), à l'url suivant : <http://www.ludology.org/articles/thesis/FrascaThesisVideogames.pdf>.

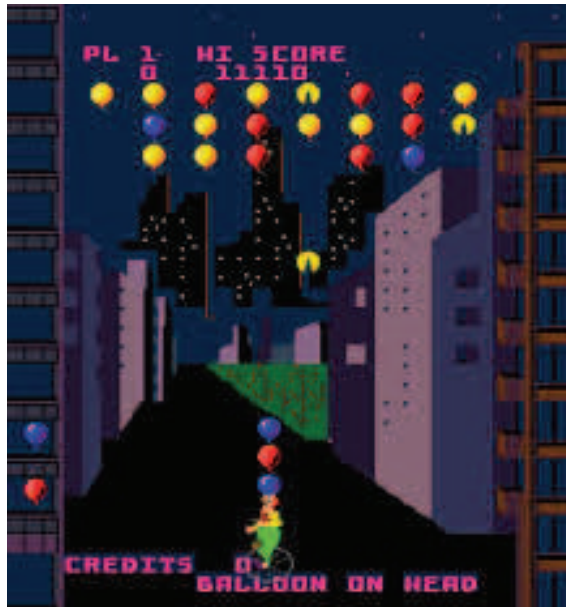


Figure 6.43 De gauche à droite, John Parsierb, Kick, Midway, 1981, Dennis Koble, Avalanche, 1978, Larry Kaplan, Kaboom ! 1981



Figure 6.44 De gauche à droite, Machine d'arcade, Dennis Koble, Avalanche, 1978, Larry Kaplan, Kaboom ! 1981

La proposition de personnalisation (*reskinning*) est la suivante : les plateformes et le jongleur sont remplacés par un super héros en référence au jeu *SuperBetter* de Jane McGonigal et les ennemis n'en sont plus. Il s'agit d'individus désespérés, ruinés, ceux-là même qui sont éteints par le système répressif de la société du jeu total¹¹⁵ lorsqu'il n'ont plus de score.

¹¹⁵ Cf. chapitre 3, p. 133.

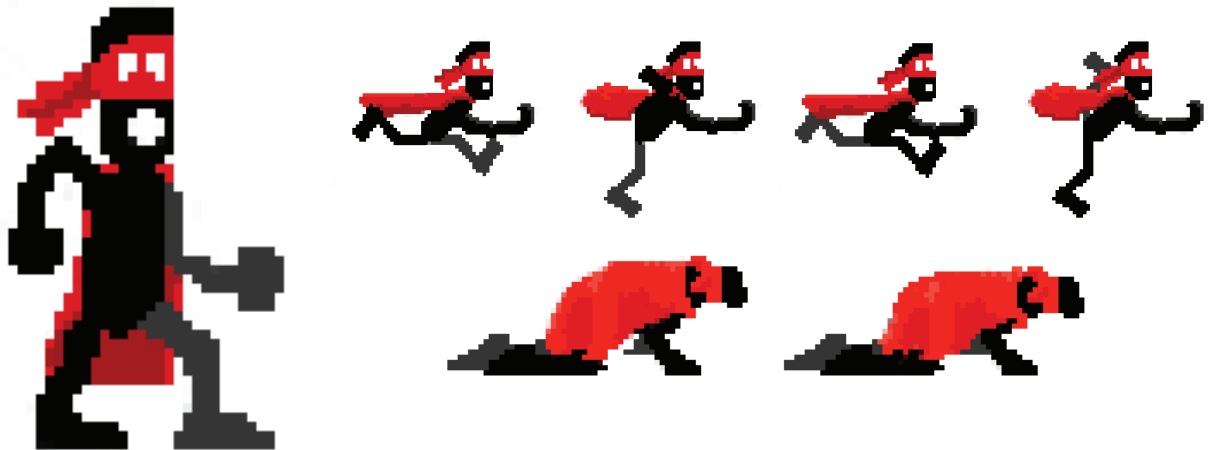


Figure 6.45 Thomas Di Folco, réalisation du personnage principal du mini-jeu « Ayez bonne conscience » et de ses animations.

L'objectif du joueur est alors de les sauver en les rattrapant dans leur chute, symbole de leur effondrement social. La référence aux G4C apparaît à ce moment-là, lorsque le joueur les préserve de la pauvreté – synonyme dans le jeu de criminalité – en évitant leur évaporation sur le sol. Il leur reverse « 1 pt » - un point, unité monétaire et score confondu – permettant de remonter leur compteur et d'être réinséré dans le cycle de la société du jeu total. Ces individus victimes d'un système, peuvent alors, à nouveau, remonter l'échelle de l'ascension sociale de cette ville ludique et participer de ses travers par leurs consommations frénétiques de jeux. Ce reversement symbolique de point est à l'image des mécaniques *free-to-play* du G4C, *Half The Sky Movement*, développées en 2013 par Frima Studio et Zynga suite au livre du même nom écrit par les journalistes Nicholas Kristof et Sheryl Wudunn. Traitant de la condition des femmes dans les pays émergents, le jeu met en scène leur quotidien dans différents pays tel que l'Inde. Les actions du joueur sont toujours récompensées par des points d'expériences, des objets servant la progression narrative, ainsi que des « dons » gratuits qu'il est possible de faire à différentes associations humanitaires directement intégrées dans l'interface de ce jeu sur Facebook. Le joueur est aussi incité à acheter du temps de jeu et à faire des dons pour les associations. Le défaut du système tient dans les critiques déjà soulevées au chapitre 3,

permettant d'« abandonner ces individus en détresse à la moindre petite lassitude »¹¹⁶ de l'homme occidental confortablement assis derrière ses prothèses technologiques.

Le mini-jeu intégré dans la ville, contribue, par l'utilisation d'une interface ludique, à aider ces individus « éteints ». Ainsi le joueur se met à la place d'une âme charitable venant sauver ces pauvres personnages, mais seulement le temps de recevoir sa dose de divertissement. Il les aide et reçoit en retour ces lots de récompenses et de petites jouissances personnelles. C'est donc également une réécriture (*rewriting*) du scénario du jeu qui apparaît pour la « Station de Bonne Conscience » où le joueur ne rattrape plus seulement cet objet tombant du ciel, mais sauve une victime exclue du système de consommation et l'aide à s'y réinsérer pour qu'elle effectue inlassablement le même cheminement.

¹¹⁶ E. JACQUES, « Entre zone de confort et zone d'exploitation, les stéréotypes de l'altérité dans les jeux vidéo engagés », séminaire de recherche, Université Montpellier 3, Avril 2015.



Figure 6.46 Capture d'écran du Mini-Jeu « Ayez bonne conscience »

Conclusion

L'*Artgame* et le *Game Art* sont le symbole suprême de la société du jeu total. Le champ de l'art est lui aussi pénétré de ces images de *Pop culture*, *mainstream*, mais à l'intérieur de ces espaces vidéoludiques, d'anciennes expressions se raniment, dessinant l'horizon d'un art critique, déjouant la *gamification* en la prenant à son propre jeu. *Artgame* et *Game Art* participent tous deux à l'avènement d'un « empire ludique » dans lequel le jeu vidéo devient le véhicule des valeurs postmodernes, révélateur de l'esprit de l'individu contemporain, entretenu et stimulé dans sa quête de jouissance, de sensations et d'expériences. Pourtant, à l'intérieur même de cette récupération du jeu vidéo par les arts, c'est aussi une recherche qui transparaît sur la nature du jeu, son fonctionnement, ses limites, son caractère fictionnel, artificiel, si bien que celui-ci devient, peu à peu, plus que ce miroir de l'idéologie néolibérale, plus que ce reflet perpétuant une pensée unique. Le jeu vidéo, dans les mains et les têtes de concepteurs éclairés, dévoile son potentiel critique et revendicateur. Celui-ci pourrait bien faire frémir toute la puissance du *fun* dont les prédicateurs de la *gamification* font l'éloge. Dans les ambitions de certaines œuvres de ces courants artistiques, le jeu vidéo apparaît comme un adversaire du procédé de la *gamification* dans laquelle la distraction entraîne le détournement des questions philosophiques fondamentales, des actes sociétaux nécessaires et d'un engagement politique vital. Chez elles, les territoires vidéoludiques sont, au contraire, saisis comme une « technique du réveil »¹ radicale de ces principes ontologiques de l'homme, dans leur dimension esthétique.

La rhétorique procédurale de Ian Bogost et la théorie du *critical play* de Mary Flanagan ouvrent la question de l'expressivité du jeu vidéo et de sa manipulation comme d'un « médium ». En le considérant en dehors des logiques behavioristes et de consommations commerciales – non pas sans tenir un discours critique à cet égard –, les deux chercheurs s'inscrivent comme les pionniers d'une esthétique du jeu vidéo. Ici ce n'est pas seulement les formes et les structures des jeux qui les intéressent, mais bel et bien de savoir identifier les discours que portent ces objets et leur positionnement idéologique. Ainsi, en resituant l'urgente nécessité de comprendre les créations vidéoludiques, il est possible de construire, à l'aide de ces deux théories, une boussole permettant de se repérer dans les arènes

¹ L'expression est empruntée à Miguel Abensour, professeur en philosophie politique à l'université Paris-Diderot, dans l'article « L'utopie, une nécessaire technique du réveil », in. « Atlas des Utopies », *Le Monde Hors-Série*, octobre 2012, pp.8-9.

vidéoludiques de la société du jeu total. Il faut observer les jeux dans leur rhétorique et dans les valeurs qu'ils dispensent. Bien loin d'appartenir à une histoire révolue qui signerait la mort de l'*Artgame* et l'impasse du *Game Art*, comme le pense le spécialiste John Sharp², c'est une véritable entreprise de décolonisation du médium vidéoludique qui est en marche, ouvrant l'importante question du potentiel utopique de ces territoires.

² J. SHARP, *Works of Game*, *op.cit.*, p.115.

Partie 3

Décolonisation du médium vidéoludique

*Des jeux vidéo comme lieux d'expressions
utopiques ?*

Introduction

Cette partie propose d'aborder le jeu vidéo comme un art et interroge la démarche de l'*Artgame*, mise en lumière à l'aide du concept d'utopie. Toujours dans un souci d'analyse et de compréhension des enjeux qui se manifestent à l'intérieur des formes ludiques, considéré comme un médium artistique, le jeu vidéo agence différents matériaux participant à la construction d'un discours. Pour ne pas manquer ces différentes strates qui parcourent et bâtissent les jeux vidéo, la notion d'« hypermédium », définie au chapitre 7, permet de se repérer au cœur des productions vidéoludiques et de leurs valeurs. Ce caractère d'hypermédium des jeux vidéo permet de faire apparaître l'ensemble des techniques artistiques et des médiums qui se révèlent à l'intérieur de ces objets. Ainsi, le jeu vidéo apparaît comme un « art total », dans lequel figurent tant le dessin, que la peinture, le cinéma ou le théâtre, la musique, la littérature, l'architecture, l'art des jardins, sans oublier le *game design*. Ainsi compte tenu de la rhétorique procédurale des jeux vidéo sur laquelle il n'est pas question de revenir ici, il est tout à fait possible d'interroger les autres rhétoriques à l'œuvre : que disent les images ? que disent les espaces ? que disent les musiques ? que disent les textes ? La notion d'hypermédium rappelle qu'il est nécessaire de regarder l'ensemble de l'œuvre pour analyser le discours dans sa cohérence ou ses contradictions, et saisir ainsi les tensions socio-politiques actuelles qu'elle véhicule ou dénonce. En d'autres termes, c'est l'expressivité et la discursivité du médium vidéoludique qui sont à interroger par ses multiples dimensions artistiques et culturelles.

Une attention toute particulière est accordée à l'espace de ces « architectures rhétoriques » qui raniment la question des utopies, entre « bon lieu » et « non-lieu ». En effet, il s'agit de déterminer en quoi les jeux vidéo peuvent apparaître comme des utopies, dans le discours de Jane McGonigal par exemple, et dans celui de l'*Artgame*. Ces deux conceptions du jeu vidéo, opposées, et pourtant participant de la même totalité, celle de la *gamification* du monde, conduisent à la réouverture du concept d'utopie. Celui-ci conduit-il à une décolonisation de ces espaces vidéoludique des valeurs et des expressions néolibérales qui les habitent ?

Chapitre 7

Hypermédium ?

Ouvrir le médium vidéoludique

L'*Artgame*, tout comme le *Game Art*, redéfinissent les frontières conventionnelles des jeux vidéo. Compte tenu de la boussole construite à partir des théories de Ian Bogost et Mary Flanagan, le jeu vidéo apparaît comme un objet multiple dont il faut parvenir à reconnaître les différentes facettes, la plupart du temps inextricables les unes des autres. Pour cela, il est proposé dans ce chapitre de mettre à l'épreuve la notion d'« hypermédium » en relation avec le qualificatif d'« hypermédia » qui est souvent accordé aux jeux vidéo. Cette idée est née de la lecture de l'analyse de *Grand Theft Auto IV* d'Olivier Mauco et de la rencontre des théories de Richard Grusin et Jay D. Bolter chercheurs dans les nouveaux média. Dans ce chapitre, l'objectif est de déterminer ce qu'est un « hypermédium » et si les jeux vidéo peuvent être considérés comme tels, dans certaines de leurs formes. Pour comprendre les enjeux que sous-tend cette notion, il est nécessaire de procéder à l'analyse de *GTA IV* et au nouvel opus de Rockstar Games. En quoi *GTA IV* et *V* sont-ils révélateurs des multiples dimensions qui construisent un discours dans un jeu vidéo ? L'interrogation de cette notion ne doit pas s'arrêter là. Il est ici proposé d'opérer une comparaison des procédés industriels de Rockstar Game avec ceux d'un *artgame*, le jeu *Unmanned* de La Molleindustria. Derrière les utilisations des différentes théories nécessaires à la construction d'une esthétique du jeu vidéo (rhétorique procédurale, *critical play* et sociocritique) ce sont les possibilités qu'offre ce concept dans le *game design* qui sont abordées. En quoi considérer les jeux vidéo comme des hypermédiums permet-il de construire ces objets de manière critique et distanciée des valeurs de la société du jeu total ?

1. Le jeu vidéo est un médium artistique.

1.1 Définition des hypermédia et logiques de l'immédiateté et de l'hypermédiateté de Richard Grusin et Jay D. Bolter

A plusieurs reprises, les jeux vidéo ont été cités comme des « médiums ». Ils sont bien plus souvent considérés comme des média. Pour comprendre la volonté qui se dessine derrière la considération du jeu vidéo comme un médium, il est nécessaire de brièvement revenir sur les définitions de ces termes afin de clarifier cette idée. Originellement en latin, *media* est le pluriel de *medium* qui signifie le moyen. De manière contemporaine, le terme de média connaît une certaine autonomie permettant de parler d'un média, ou de média (au pluriel) sans réelle distinction dans le langage commun. En réalité, derrière ce terme de média se cache, bien souvent, la concentration des « *mass média* » (média de masse) qui caractérise les procédés techniques de diffusion d'informations, avec les « *social média* » (média sociaux) et leur mode de fonctionnement (en réseau, de manière virale et incontrôlable). Radio, télévision, journaux, Internet sont autant de média qui vont s'inscrire dans le cycle informationnel reliant un événement à une audience constituée de centaines, de milliers, voire de milliards de personnes.

Ted H. Nelson dans son article « Complex information processing », écrit en 1965, traite des « hypermédia » : il s'agit de la combinaison de différents média. L'image, le son, le texte, la vidéo, l'animation participent ensemble de la création d'accès vers une ou plusieurs informations.

*Films, sound recordings, and video recordings are also linear strings, basically for mechanical reasons. [...] The hyperfilm-- a browsable or vari-sequenced movie-- is only one of the possible hypermedia that require our attention.*¹

Selon les deux chercheurs Richard Grusin et Jay D. Bolter, dans leur livre *Remediation*, les hypermédia ne sont pas si récents. Ils prennent alors l'exemple des cathédrales, déjà abordés au chapitre 1, comme des fresques pédagogiques qui incarnent les différents passages de la

¹ Ted H. NELSON, « Complex information processing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate », ACM '65 Proceeding of the 1965, 20th national conference, p. 96.

[Traduction] Films, enregistrements sonores et enregistrements vidéo sont également des chaînes linéaires, essentiellement pour des raisons mécaniques. [...] L'hyperfilm-- un film disponible en ligne ou vari-séquéncé -- est seulement l'un des hypermédia possibles qui nécessite notre attention.

bible. On y retrouve images et textes sacrés mais aussi la voix du prêtre ou de l'évêque lors des cérémonies religieuses, le son des cloches, et, bien sûr, l'architecture et la disposition spatiale faisant de ces monuments des « vaisseaux » spirituels. L'un des hypermédia contemporains est le « bureau » tel qu'on le retrouve sous le système d'exploitation « Windows » de Microsoft. Selon les auteurs, en pensant créer une interface naturelle, parce que « graphique » et en s'appuyant sur une métaphore familière pour les usagers, celle de l'environnement de travail, les concepteurs du Xerox PARC (Palo Alto Research Center) ont finalement créé un objet complexe dans lequel icônes, barre de tâches² et autres filtres visuels se battent pour attirer l'attention de l'utilisateur³. Les interfaces graphiques font, selon Richard Grusin et Jay D. Bolter, référence à d'autres média antérieurs, tels que la peinture, la machine à écrire ou le texte manuscrit. L'ensemble de ces sources crée un objet complexe dont le point de vue n'est pas unifié, mais où chacune contient son propre discours.

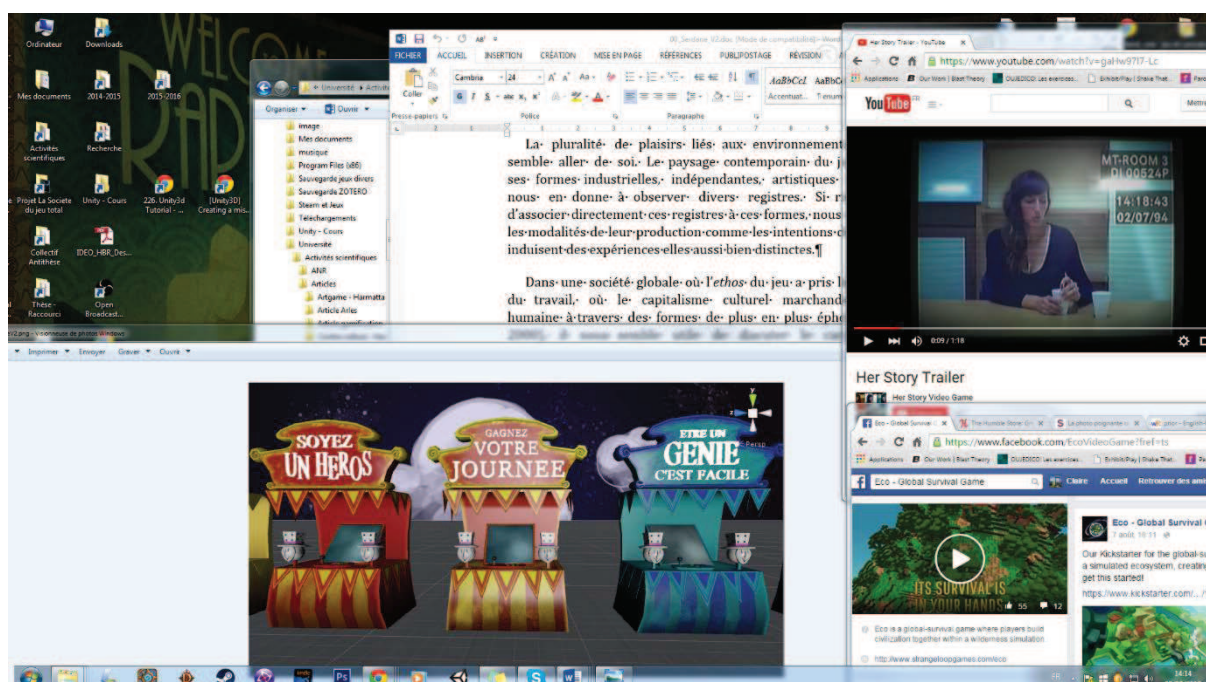


Figure 7.1 Capture d'écran d'un bureau d'ordinateur révélant son caractère d'hypermédia par l'ensemble de références à différents média : images, textes, réseaux sociaux, vidéo, hyperliens mais aussi les ensembles des dossiers et icônes qui possèdent chacun sa propre fonction.

² R. GRUSIN, J. D. BOLTER, *Remediation*, chapitre 1 « Immediacy, Hypermediacy, and Remediation », Cambridge, MIT Press, 1998, p.32.

³ Emmanuelle Jacques, dans son ouvrage *Le Plaisir de Jouer Ensemble*, relève l'enfermement actuel dans la métaphore du bureau, où l'utilisateur est comparé à la figure imaginaire de « Sally », à la fois secrétaire et enfant qui doit pouvoir s'appropriier l'ordinateur rapidement et n'a pas le temps d'apprendre. Sally n'est pas une travailleuse de l'intelligence mais de l'information : elle est productrice de documents, gestionnaire de données. L'individu contemporain est contraint à devenir « Sally » à chaque allumage de son ordinateur (p. 12).

Les auteurs en déduisent deux concepts : l'immédiateté et l'hypermédiateté. L'immédiateté s'inscrit dans la logique de la transparence et se rapproche de l'*Ubicomp World*, cité au chapitre 1. Elle est la conséquence de technologies sans interface qui s'inscrivent dans les actes naturels d'un utilisateur. La technologie se trouve en réalité dissimulée à l'intérieur d'objets familiers et son utilisation repose sur des affordances connues de l'utilisateur, mais elle cherche à rester invisible à ses yeux.

*If the logic of immediacy leads one either to erase or to render automatic the act of representation, the logic of hypermediacy acknowledges multiple acts of representation and makes them visible.*⁴

A l'opposé l'hypermédiateté assume le caractère du media, son utilisation et les multiples références qui y sont faites. L'hypermédiateté revient à utiliser plusieurs canaux informationnels et à ne pas chercher à les unifier. L'un des exemples cités par les deux chercheurs sont les procédés de collages Dada⁵. Ces montages font ressortir photographies, journaux et textes ré-hiérarchisant des formes préexistantes. « *In all cases, the artist is defining a space through the disposition and interplay of forms that have been detached from their original context and then recombined* »⁶. L'immédiateté traduit selon eux un désir humain très fort, qui se manifeste même à l'intérieur du procédé d'hypermédiateté. Les jeux vidéo par exemple traduisent la juxtaposition de plusieurs média qui confluent tous dans un désir d'immédiateté afin de délivrer une expérience fluide, et cohérente. C'est le cas de la plupart des jeux, tels que *Doom* ou *Myst*, cités par les auteurs.

1.2 La critique sociale de GTA IV et V ? Le rôle de l'hypermédiateté

Olivier Mauco, docteur en sciences politiques et concepteur en média ludiques, dans son étude *GTA IV, L'envers du Rêve Américain* réhabilite cette question de l'hypermédiateté en voyant, dans ce jeu, l'utilisation de différents média dont les messages convergent vers une critique, sous-jacente à la dimension *mainstream* de l'un des jeux le plus vendu au monde –

⁴ R. GRUSIN, J D. BOLTER, *op.cit.*, pp.33-34.

[Traduction] Si la logique de l'immédiateté conduit soit à effacer, soit à rendre automatique l'acte de représentation, la logique de l'hypermédiateté reconnaît de multiples actes de représentation et les rend visibles.

⁵ *Ibid.*, p.39.

⁶ *Ibid.* p.39 [Traduction] Dans tous les cas, l'artiste redéfinit un espace par la disposition et l'interaction des formes qui ont été détachées de leur contexte d'origine, puis recombinaées entre elles.

GTA IV compte 25 millions d'exemplaires vendus toutes plateformes confondues, *GTA V* l'ayant battu à 54 millions de copies⁷. Selon lui, le jeu est l'hybridation d'un film de Michael Bay et d'un documentaire de Michael Moore⁸ mettant en scène une critique sociale du rêve américain. En tenant des propos revendicateurs, tels que « *GTA IV* marque un tournant, mettant entre parenthèses le « fun » pour offrir un jeu satirique, presque sérieux »⁹, permis par « la grande liberté de ton » dont jouit le studio Rockstar games¹⁰, Olivier Mauco analyse avec pertinence comment *GTA IV*, dans ses moindres aspects, apparaît comme un jeu vidéo « critique ». Le sens se manifeste dans le *gameplay*, le *level design*, le scénario, les personnages, les dialogues mais aussi dans chaque média utilisé dans le jeu - radio, panneaux publicitaires, enseignes, Internet, télévision, cinéma, ainsi que les différents éléments du jeu¹¹. Dans *GTA IV*, l'histoire est celle d'un immigrant de l'Europe de l'Est, Nicko Bellick, venant se réfugier en Amérique pour vivre le rêve américain. Se déroulant dans la ville de New-York rebaptisée pour l'histoire Liberty City, le jeu propose d'incarner un personnage qui va peu à peu sombrer dans la criminalité et la mafia pour trouver sa place. Valérie Arrault dans sa conférence « Faire œuvre à l'âge du capitalisme culturel » actualise cette recherche en remettant en question la fonction critique du jeu dans *GTA V*. *GTA V* se déroule, lui dans la ville de Los Santos – qui correspond à Los Angeles. Le joueur peut successivement incarner trois personnages (Franklin, Michael et Trevor) s'inscrivant tous dans une vie criminelle. *GTA IV* et *V* se caractérisent par un système de jeu appelé « monde ouvert » dans lequel le joueur peut déplacer les personnages dans des répliques de ces villes postmodernes. La grande liberté d'action du joueur (acheter des vêtements, de la nourriture, des voitures, des bateaux, des avions, jouer à la bourse, se rendre à des strip-clubs, au cinéma, regarder la TV, ou bien encore effectuer des actes illégaux comme voler une voiture, écraser des piétons) se combine à un scénario composé de missions où évoluent les personnages (principalement par l'intermédiaire de leurs comptes en banque).

⁷ Rapports des résultats des éditeurs Take Two Interactive Inc. 2015, disponible en ligne (consulté le 29.08.15) à l'url suivant : <http://ir.take2games.com/phoenix.zhtml?c=86428&p=irol-newsArticle&ID=2078514&highlight=>.

⁸ O. MAUCO, *GTA IV, L'envers du rêve américain*, Paris, Questions Théoriques, 2013, p.7.

⁹ *Ibid.* p.9.

¹⁰ *Ibid.* p. 10.

¹¹ Pour Olivier Mauco, différents objets du jeu jouent le rôle de média : des gemmes à collectionner ou un parchemin à décrypter, par exemple, vont délivrer des informations au joueur et sont donc un moyen de communiquer.

Ces jeux possèdent un caractère subversif, traitant de sujets contemporains, politiques et sociaux, que bien d'autres œuvres *mainstream* se contentent d'éviter. Pourtant ceux-ci, plutôt que de prendre parti et de se revendiquer du côté de la critique se complaisent dans la reproduction à l'excès des mécanismes du capitalisme néolibéral. La liberté, quasi-illimitée du joueur, dans ce monde gigantesque, de ces personnages n'ayant d'autres possibilités que d'user de violence pour résoudre les conflits, traduit l'idéal de jouissance de l'individu contemporain, à l'état de nature, soumis à aucune loi. En effet, que le joueur souhaite prendre le rôle d'un justicier en allant combattre des malfrats dans la ville, ou bien qu'une crise éclate dans un club de Strip-Tease, aucune alternative n'existe à la violence des coups, si ce n'est la fuite. Pas de dialogue, pas de résolution de conflit raisonné, seule la dimension viscérale persiste, dont les longs voyages en voiture, eux aussi non soumis au code de la route par le système, se font l'apologie par les sensations vrombissantes de la manette de jeu à chaque accélération. En effet, la critique de *GTA V* est « facile ». Sa dimension caricaturale joue sur tous les tableaux, divertissement, mode, finance, politique, alimentation, ordre mondial et passe par tous les média disponibles dans le jeu.



Figure 7.2 Capture d'écran d'un panneau publicitaire dans *GTA V* mettant en évidence le caractère communiste de l'Europe et conseillant aux américains de plutôt rester chez eux.

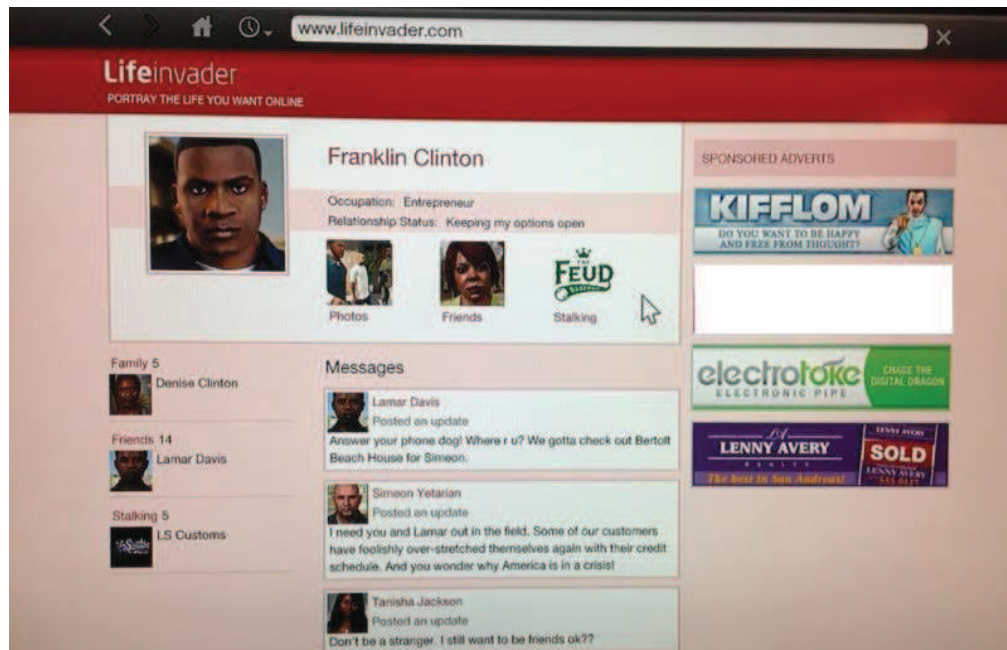


Figure 7.3 Capture d'écran du réseau social de GTA V, caricature de Facebook renommé « Lifeinvader » (envahisseur de vie)



Figure 7.4 Capture d'écran d'un journal de GTA V, adressant une critique envers la liberté d'expression. On peut lire comme slogan du journal « La vérité est ce que vous en faites ».

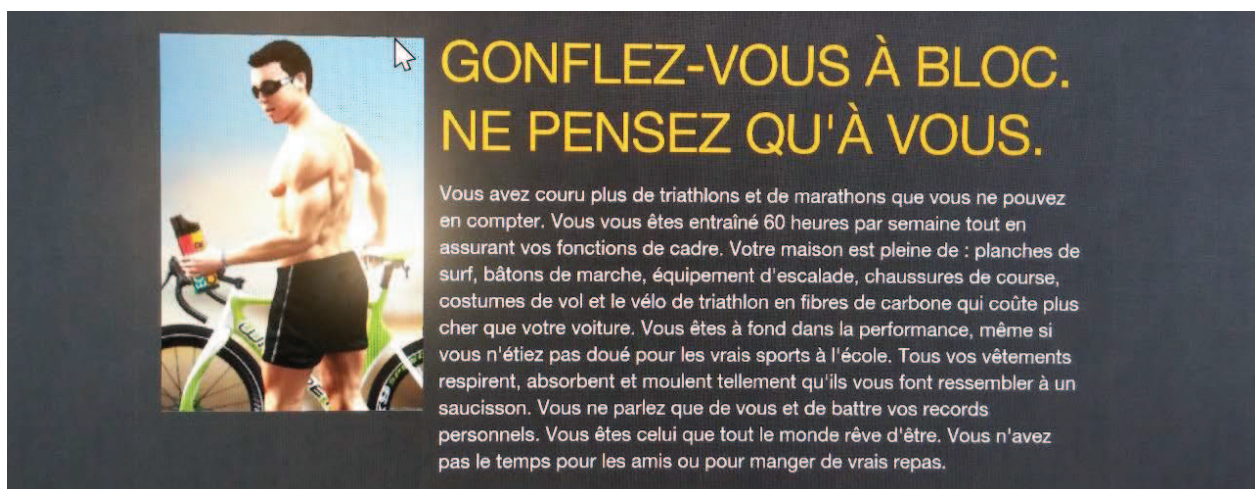


Figure 7.5 Capture d'écran d'une page Internet de GTA V, critique du culte du corps et du narcissisme.



Figure 7.6 Capture d'écran d'une publicité de GTA V, mettant en évidence la domination masculine et la diffusion de la pornographie dans la société néolibérale

Narcissisme, pornographie, liberté d'expression mais aussi racisme¹² apparaissent comme des éléments « critiques » du jeu. Les différents exemples illustrés, plutôt que de s'inscrire dans une dimension véritablement revendicatrice, ne font qu'exacerber les valeurs dont les concepteurs voudraient faire croire qu'ils s'émancipent. Ces publicités, malgré la critique sous-jacente de leurs créateurs, ne participent qu'à la diffusion d'un modèle dominant du moment qu'aucune distance n'est proposée au joueur dans le jeu. L'univers de *GTA V* baigne dans la caricature et perd finalement le joueur dans un « beau discours » que les actes ne font constamment que contredire. Olivier Mauco voit dans *GTA IV* une cohérence globale faisant du cercle de la violence un « méta commentaire du jeu »¹³, critique de la brutalité, par la figure d'un personnage principal qui n'arrive pas à en réchapper. Cependant, il est difficile d'accepter cette justification de la thématique de la liberté totale du joueur par la psychologie d'un personnage tourmenté. A titre de comparaison, le film *Funny Games*, réalisé en 1997 par Michael Haneke¹⁴, est une démonstration du fossé existant entre d'un côté une critique de la violence, remettant en question le spectateur confortablement assis dans son fauteuil, et de l'autre les actes commis en toute impunité par le joueur dans *GTA IV* ou *V*. Ces jeux n'amènent jamais l'utilisateur à expérimenter la réalité du malaise de tels actes. La dimension fictionnelle l'enveloppe dans un ailleurs où ses gestes sont justifiés, banalisés, et assumés comme subversifs. Le sens de l'histoire, du *gameplay* et des images sont délités par une définition du jeu comme *ludosis*. Le joueur n'a pas conscience des tensions sociales et politiques qu'il manipule. Bien loin de mesurer ce qu'il effectue en incarnant ces héros sociopathes, le joueur est entraîné dans le rejet le plus total des valeurs éthiques et morales. *GTA V*, en se déroulant pourtant dans la ville de Los Angeles comptant plus de trois millions d'habitants, pourrait porter sur la communauté, le vivre ensemble et la frontière que représente autrui. Cependant, ce jeu révèle bien plutôt l'urbanité comme une nouvelle jungle

¹² A titre d'exemple on retrouve la publicité d'un jeu video *Righteous Slaughter 7, The Art of Contemporary killing* dont l'un des slogans est le suivant : « *If someone speak with an accent blow their head off* ». (Si quelque parle avec un accent [étranger], explosez-lui la tête). Ceci renvoie au différentialisme et à la peur de l'étranger soulevés dans le chapitre 5, p. 235.

¹³ O. MAUCO, *op.cit.* p. 111.

¹⁴ *Funny Games* est un film mettant en scène une famille s'installant dans une maison de campagne pour les vacances, séquestrée et torturée par deux jeunes hommes. Le film installe un sentiment étrange mettant en abîme le spectateur qui assiste à ce drame. Pris à parti par des regards caméra et des phrases qui lui sont directement adressées ou encore par une manipulation de l'image (une séquence est rembobinée lorsque l'un des membres de la famille parvient à s'échapper, ne lui laissant ainsi aucune chance de s'en sortir), la passivité du spectateur est remise en question en tant qu'acteur qui cautionne ces images. Plus encore, la critique vise principalement la violence des images au cinéma, les réalisateurs de films hollywoodiens ainsi que les « *happy end* ».

dans laquelle le joueur est seul, et agit selon ses instincts libidineux primaires. Il échoue dans sa fonction critique, ne révélant que le caractère postmoderne et désenchanté d'un monde aux valeurs inversées, voire inexistantes.

1.3 Hypermédiums¹⁵ ?

GTA V, tout comme *GTA IV*, est parcouru de média entre lesquels le joueur va pouvoir naviguer. Ce sont eux qui vont permettre d'inscrire en arrière-fond la critique du jeu. Ainsi le caractère d'hypermédia de ce jeu traduit pour Olivier Mauco une hypermédieté, c'est-à-dire une volonté de faire apparaître la fonction et l'utilisation de chaque média dans un discours qui lui est propre. Ces jeux semblent apparaître en contradiction avec l'industrie qui cherche à cacher le caractère fictionnel de ces produits pour immerger leur utilisateur dans un monde virtuel. Pourtant si l'on peut remarquer l'expression d'une hypermédieté dans *GTA IV* ou *V* du point de vue du joueur, celle-ci n'est pas garantie jusqu'au bout dans le *gameplay*, qui lui cherche à créer une expérience la plus fluide et réaliste possible. Pour autant, le procédé déployé dans *GTA IV* et *V* reste intéressant du point de vue d'un concepteur éclairé. En observant les procédés de RockStar Games depuis d'autres ambitions que le « subversif *mainstream* », ceux-ci se présentent comme des outils pour construire des satires sociales, à l'aide des différents canaux d'informations présents dans l'objet vidéoludique.

Le caractère d'hypermédia des jeux vidéo permet de les redéfinir en ce qu'ils montrent une affiliation certaine avec le texte, l'image et le son. Cependant, rester du point de vue du « média » traduit une appréhension du jeu vidéo, révélatrice de ce que Rockstar ne parvient pas, ou ne souhaite pas, franchir, à savoir comprendre l'objet vidéoludique comme un « médium ». Cette fois-ci le terme de médium n'est pas utilisé comme le singulier de média. Il fait référence au matériau artistique, plastique, brut, avec lequel on peut sculpter un univers, ou bien esquisser les niveaux de jeu. Ainsi, le jeu vidéo, d'après les différentes possibilités qu'offre l'*Artgame*, peut, au même titre que la peinture, la caméra, le fusain, ou encore l'argile, être utilisé pour peindre, filmer, dessiner, ou modeler un monde, des personnages, des

¹⁵ Cette sous-partie est la prolongation d'une réflexion amorcée dans l'article co-écrit par Thierry Serdane et Claire Siegel « Des jeux vidéo comme œuvres et véhicules expérientiels, in. *Interfaces Numériques*, op. cit., pp. 137-140.

actions, se faisant tous ensemble l'agrégation et le portrait de valeurs de la société contemporaine, qu'ils soient critiques ou non. Le jeu vidéo est un médium qu'il est aussi possible de manipuler afin de l'utiliser dans une dimension expressive. Ce point de vue est partagé par John Sharp.

« Medium » here refers to a creative substrate like oil paint or charcoal, not media like TV or film. And so, in the same way oil suspends pigment for application to a surface in order to make an image, games are the medium in which play is suspended. Moving past the remediated baggage of media expectations and toward the idea of a medium of potentiality that is activated through audience engagement is critical to a new way of thinking about artist's games and their play.¹⁶

Brian Schrank reprend également la question du médium artistique, notamment en poussant les problématiques d'un art d'Avant-Garde formel. La question de la forme traduit celle des potentialités du médium dont parle également John Sharp. *« Formal artists [...] can manipulate mediums in such diverse ways because they grasp them in three dimensions, according to their materials, conventions, and aesthetics »¹⁷*. Nourris par Dada et par Fluxus, les jeux vidéo transcrivent la reproduction de ces matériaux, dans un environnement pour la plupart – et paradoxalement – dématérialisé et numérique. Ils imitent les techniques et composent cet étrange objet virtuel d'une pluralité de médiums, faisant l'apogée de cette hybridation des matériaux déjà présente chez Dada. Ainsi plutôt que de parler d'un médium vidéoludique, n'est-il pas plus correct, compte tenu des multiples techniques et savoir-faire qui traversent ce matériau numérique, de parler de médiums, au pluriel, qui entreraient chacun en résonance pour participer d'une expérience, d'immédiateté ou d'hypermédiateté, *mainstream* ou critique ?

¹⁶ J. SHARP, *The Works of Game*, op. cit. p. 106.

[Traduction] « Médium » se réfère ici à une substance créative comme la peinture à l'huile ou le charbon, et non pas aux médias comme la télévision ou le cinéma. Et ainsi, de la même manière que l'huile fixe le pigment pour application sur une surface afin de rendre une image, les jeux sont le milieu dans lequel le ludique est figé. Reléguer au passé le bagage des médias et avancer vers l'idée d'un médium, empli de potentialités qui peuvent être activées par l'engagement du public, est une pensée nouvelle et essentielle au sujet des jeux d'artistes et leurs pratiques ludiques.

¹⁷ B. SCHRANK, *The Avant-garde Videogames*, op. cit., p. 27.

[Traduction] Les artistes formels [...] peuvent manipuler des médiums de manières très différentes car ils les modèlent en trois dimensions, selon leurs matériaux, leurs conventions et leurs esthétiques.

L'enjeu de la considération du jeu vidéo comme d'un hypermédium se situe dans l'analyse et la compréhension du discours qui se construit et s'incorpore dans chacun des moyens techniques et matériaux qui composent cet objet. C'est la caractéristique du jeu vidéo qui est ici remise en question dans l'objectif, toujours, de pousser une création émancipée des idéologèmes, autrement dit d'arrêter la perpétuation non-consciente des idéologies. La notion d'hypermédium aspire à être un outil d'analyse et de conception qui étudie le jeu vidéo dans sa totalité et non plus d'un point de vue unique. Le jeu vidéo comme hypermédium est capable de donner naissance à un message qui s'inscrit dans les choix et la maîtrise des outils par les concepteurs, si tant est qu'il soit conçu comme tel par ce dernier. Ainsi, les principaux matériaux composant le jeu vidéo sont l'image, le son, le texte, l'espace qui se sculpte dans la 3D, la 2D, le *level art*¹⁸, ou l'agencement des niveaux (*level design*), mais c'est aussi cette non-matière, invisible, celle du code par lequel le *game design* du jeu est écrit. Chacun de ces composants représente ce qui peut être manipulé, distordu, déformé ou harmonisé dans le jeu vidéo. Chacun d'eux peut, et doit, faire l'objet d'une réflexion pour travailler la rhétorique individuelle et globale mise en œuvre dans l'objet vidéoludique.

L'image par sa colorimétrie, ses traits, ses textures et sa composition fait référence à une longue tradition des premières figurations pariétales dans les grottes de Chauvet ou de Lascaux, aux peintres de la Renaissance, ou aux premiers photographes et cinéastes¹⁹. De la même manière, le son, d'une importance capitale par sa manifestation ou son absence, participe à la construction d'un ensemble signifiant, d'un message forgé dans la matière vidéoludique. Le texte, lui aussi, peut déployer une expérience capable d'inverser la tendance du jeu vidéo, faisant de lui-même l'image, comme il apparaît dans *The Intruder* de Nathalie Bookchin ou bien dans *Gulag Paradise* d'Armel Gibson. Le son peut, lui aussi, d'ailleurs, tout aussi bien, devenir le seul canal donnant accès à un texte devenant « voix » ou bien à une

¹⁸ Le travail du *level designer* consiste à construire le niveau, ses fondations, et s'assurer de l'expérience du joueur indépendamment de l'ambiance graphique. Le *level art*, lui, habille les espaces conçus par le *level designer*, remplaçant ainsi par exemple ses cubes par des bâtiments et des façades, ses cercles par des places, ses rectangles faisant office d'obstacles par toutes sortes d'objets cohérents à l'univers proposé au joueur, comme des bottes de foin, ou des lampadaires.

¹⁹ Malgré ce potentiel créatif, ce plaisir esthétique associé à l'image, et ses possibilités discursives, on peut remarquer que contrairement au son, la majeure partie des jeux vidéo renonce à mettre en scène la richesse de cette tradition pour se concentrer sur les techniques performantes et innovantes liées à l'utilisation de la 3D et aux textures réalistes et haute définition participant de l'immédiateté. Apparaît ici un déni à penser le jeu vidéo et ses images interactives dans leur potentiel critique, notamment en se penchant sur leur contenu sémiotique, symbole d'une culture globalisée. Non considéré comme un médium artistique par l'industrie, le jeu vidéo se ferme à un potentiel d'expériences esthétiques.

image devenant pure abstraction mentale²⁰. Le système de jeu, qui révèle le code et le *game design*, constitue lui aussi une matière artistique. Emmanuel Guardiola, docteur et concepteur de jeux vidéo, propose dans un article écrit en 2005, « L'histoire que nous faisons vivre au joueur : la structure ludo-narrative » de concevoir le système de *gameplay* comme « une matière d'expression artistique »²¹.

Le jeu, par sa matière la plus spécifique, sans aucune référence à un autre média, arrive à proposer une expérience artistique. A l'heure où le photo-réalisme est à portée de main, où la frontière entre l'image du film et celle du jeu s'amenuise, émerge enfin notre spécificité. Mais il faudra sans doute beaucoup d'expériences empiriques pour arriver à comprendre pleinement notre outil, de la même manière que le cinéma a mis des décennies avant de percevoir la puissance de ses spécificités.²²

Si le système de jeu constitue effectivement l'un des médiums dont le jeu vidéo détient l'exclusivité, il n'est rien sans les autres. Invisible, inaudible, illisible, le code n'est rien sans ses relations avec le son, l'image ou le texte. De même que le travail du *game designer* reste toujours imperceptible jusqu'à ce qu'un développeur et un artiste graphiste ou concepteur sonore, lui donne vie. Le code peut se faire le générateur de formes géométriques et de couleurs qui, plutôt que de lui donner une autonomie, montre l'affiliation inextricable du rôle du visuel et de l'image dans le jeu vidéo. On pourrait, pourtant, objecter que des performances, telles qu'elles apparaissent dans le travail du Copenhagen Game Collective, s'émancipent bel et bien de l'image dans la création ludique. Le jeu *Johann Sebastian Joust*²³ créé par Douglas Wilson, par exemple, décentre le jeu de la vidéo dont l'écran disparaît au profit du réel et de l'interaction avec d'autres joueurs. Le mode de représentation, ici, n'est plus celui de l'écran, mais le visuel est bien présent par les PS Move et leurs couleurs qui donnent des indices aux joueurs pour gagner, et créent des tracés lumineux dans la nuit, participant de la dynamique du jeu.

²⁰ *Papa Sangre*, développé en 2011 par le studio Somethin'Else, est un jeu concentré presque exclusivement sur la dimension sonore et non visuelle. L'objectif est de retrouver son chemin dans le noir total.

²¹ E. GUARDIOLA, « L'histoire que nous faisons vivre au joueur : la structure ludo-narrative », in. *Le Game Design de jeux vidéo*, collectif sous la direction de Sébastien Genvo, Paris, L'Harmattan, 2005, p. 172.

²² *Ibid.* p. 173.

²³ *Johann Sebastian Joust* est un jeu non-graphique conçu pour utiliser les PS Move, manette qui détecte les mouvements composés d'un accéléromètre. Opérant un mélange entre le jeu de « chat » et des chaises musicales, J.S.J place les joueurs dans une « joute » à l'aide de ces manettes sur le tempo accéléré ou ralenti des concertos brandebourgeois de J. S. Bach. L'objectif est de bouger le moins possible la manette qui est reliée au rythme de la musique tout en éliminant ses adversaires : quand celui-ci est élevé, la manette est moins sensible et permet de toucher celle de son adversaire plus facilement, au contraire quand le rythme est lent la manette devient plus sensible au mouvement et rend chaque attaque dangereuse pour le joueur.

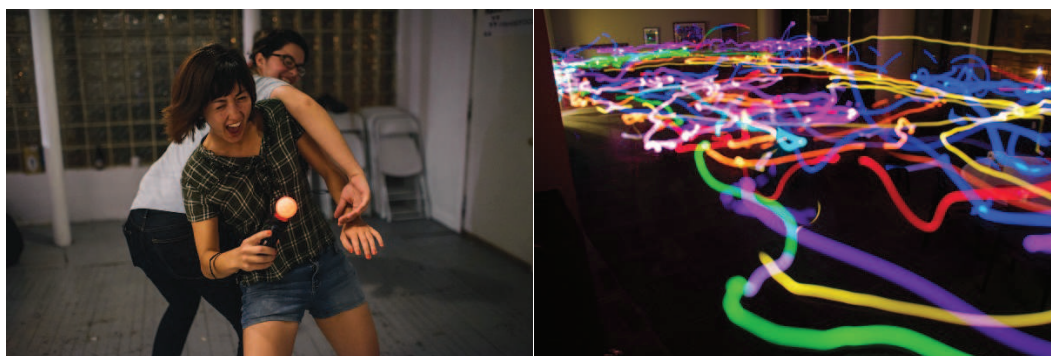


Figure 7.7 Douglas Wilson, *Johann Sebastian Joust*, édité par le studio Die Gute Fabrik, 2012

Dans ce jeu, mais également dans les ARGs, ce n'est plus le même médium qui est privilégié. Dans la *gamification*, le facteur humain, dans ses relations et sa corporéité, mais aussi le réel, deviennent un terrain de jeu, en d'autres termes une matière que les concepteurs peuvent manipuler, hybrider et déformer à leur guise. C'est bien ce que propose l'Ubicomp World de Jane McGonigal. Du réel au virtuel, les jeux vidéo empruntent aussi aux arts de la composition et de la mise en scène, transformant des espaces 2D ou 3D dématérialisés, ou concrets, en des espaces scéniques, représentant le fameux cercle magique de Johan Huizinga. A l'intérieur de celui-ci se manifestent la mise en scène du décor et des acteurs, la construction du regard du joueur qui peut ici faire appel tant à l'art des jardins qu'à l'urbanisme et à l'architecture. Enfin, c'est aussi la lumière, les plans et la caméra qui apparaissent comme des éléments fondamentaux contribuant à la création du jeu vidéo comme d'un art pouvant être composé de tous les arts.

Après analyse des différents médiums qui influencent le jeu vidéo et dont il n'est pas ici question d'épuiser les ressources – si tant est que cela soit pensable –, il est possible d'envisager l'application de cette notion d'hypermédium pour désigner à la fois la concentration de ces différents matériaux, possiblement utilisés dans une orientation artistique, et à la fois de la multiplicité des techniques que celle-ci implique. Cette notion d'hypermédium ne saurait toutefois être acritique. S'il est possible de parler d'hypermédium artistique, c'est aussi parce que le jeu vidéo se fait le miroir d'une caractéristique contemporaine boulimique de mélange de genres et d'hybridation de fictions. L'hypermédium, c'est aussi le symbole d'un syncrétisme ambiant et du *kitsch* qui se manifeste par la dé-hiérarchisation des valeurs, dans le déracinement des origines historiques et la dématérialisation de chacun des médiums à l'œuvre. Cependant, l'hypermédium, comme tout matériau peut aussi être investi par des artistes et osciller entre industrie, marché,

expression et critique. Ainsi, c'est son caractère multiple, combinatoire, permettant d'intégrer ou d'imiter une infinité de techniques, qui lui donne son statut de divertissement du 21^e siècle ou d'œuvres artistiques totales. Après avoir analysé le caractère d'hypermédia de *GTA IV* et *V*, se situant du côté du divertissement, malgré la critique sociale mise en scène, c'est la conception d'un jeu vidéo comme hypermédium artistique qu'il convient d'interroger. Comment les différents médiums qui parcourent l'objet vidéoludique peuvent-ils être utilisés dans une dimension critique et assumée jusque dans les actions du joueur ?

2. Exemple de La Molleindustria, *Unmanned*

Comprendre le caractère d'hypermédium du jeu vidéo nécessite un exemple. *Unmanned* du collectif La Molleindustria²⁴ a été choisi car il révèle un travail effectif et profond du sens à l'intérieur de chacun des médiums qu'il utilise. Egalement, *Unmanned*, malgré une thématique, qui peut sembler éloignée de la *gamification*, traitant des drones de guerre, révèle une autre facette de la société du jeu total qui n'a jusque-là que très peu été abordée : celle de la guerre dissimulée sous des airs de jeu. L'analyse proposée met à l'épreuve la notion d'hypermédium, mais aussi les outils mis à jour par cette thèse, à savoir la méthodologie sociocritique, la rhétorique procédurale et le *critical play*, tous trois participant à la création d'une théorie esthétique critique du jeu vidéo. Pour procéder à cette étude, ce sont en premier lieu les concepteurs derrière l'interface ludique qu'il faut observer, puis le contexte d'émergence du jeu et enfin l'utilisation, possiblement artistique, des différents médiums à l'œuvre, dans leur forme, leur structure et surtout dans leur discours.

²⁴ Cette étude du jeu *Unmanned* est la continuation d'un travail précédent. Claire Siegel et Thierry Serdane, « Le potentiel critique médium jeu vidéo en fait-il un art ? Analyse sociocritique d'*Unmanned* », Colloque « Artgame », du Game Summit 2013, Digiworld et MIG, à Montpellier, Novembre 2013, disponible en ligne (consulté le 02.09.15) à l'url suivant : <https://drive.google.com/file/d/0BwZiiduR9pBQcU5MQm5ZNzIzUHM/edit>.

2.1 Le collectif La Molleindustria, histoire et ambitions

Le collectif italien *La Molleindustria* est un projet de réappropriation du jeu vidéo né en 2003 de l'impulsion de Paolo Pedercini, développeur indépendant et enseignant à l'Université d'art de Pittsburg en *game design* expérimental. Paolo Pedercini s'associe occasionnellement à d'autres artistes pour la création de ses jeux, mais il est l'unique concepteur, développeur et graphiste du collectif. Refusant le qualificatif d'artiste, qu'il associe à une élite de l'art contemporain, et que son nom figure sur ces jeux, tous signés de La Molleindustria, Paolo Pedercini s'inscrit dans une négation de l'Art, caractéristique des mouvements influents de l'*Artgame*, à savoir Dada, les Situationnistes et Fluxus.

*[...] I believe the most interesting art now happens outside of the white cube : net art, social practice, creative activism, performance. These practices are rarely mentioned in the Art vs. Games discourses because we are obsessed by museums [...].*²⁵

Parlant alors de « *Momafication* » pour soulever la transformation que le MoMa effectue sur l'œuvre vidéoludique d'origine de *Pac Man*, et faisant ici référence au mouvement de la *gamification*, Paolo Pedercini préfère propager son travail sur Internet. Il utilise ce lieu virtuel comme un moyen de toucher le plus grand nombre de personnes en diffusant des messages qu'il qualifie d'alternatifs. Son travail consiste en la création de jeux vidéo, qu'il ne nomme ni *serious game*, ni *artgame*, ni *newsgames*, mais « remèdes homéopathiques contre la stupidité du divertissement dominant »²⁶. Sont ici directement visés les jeux vidéo que ce *game designer*, éclairé, s'emploie à déconstruire et à bousculer. L'objectif est de créer des portraits de ces objets vidéoludiques en utilisant leur langage. Mis face à face, ils s'auto-réfléchissent pour produire une image décalée et dissonante de la culture contemporaine qu'ils véhiculent et, plus particulièrement, du divertissement. Le travail de Paolo Pedercini révèle une lutte contre l'idée que les jeux vidéo produisent des mondes de substitution venant équilibrer les injustices du réel.

²⁵ P. PEDERCINI, Conférence « The Great Art UpGrade », DiGRA 2013.

[Traduction] [...] Je crois que l'art le plus intéressant se passe maintenant à l'extérieur du cube blanc : net art, pratique sociale, activisme créatif, la performance. Ces pratiques sont rarement mentionnées dans le discours de « l'Art vs Jeux » parce que nous sommes obsédés par les musées [...].

²⁶ P. PERDERCINO, « About », disponible en ligne (consulté le 04.09.15) à l'url suivant : <http://www.molleindustria.org/blog/about/>. « Since 2003 we produced homeopathic remedies to the idiocy of mainstream entertainment in the form of free, short-form, online games ».

Mol·lein·dus·tria / mòl-le indùstria /mòl-le in'dustrja/ :

1. *Soft Industry.*
2. *Soft Factory.*
3. *A project of reappropriation of video games.*
4. *A call for the radicalization of popular culture.*
5. *An independent game developer.*²⁷

Ces remèdes vidéoludiques consistent en une écriture interactive aphoristique. Les jeux de La Molleindustria sont concis, rhétoriques, et percutants. Semblables à de courtes maximes, *Tuboflex* (2003), *Every Day The Same Dream* (2009), ou *To Build A Better Mousetrap* (2014), représentent et questionnent des problématiques socio-politiques contemporaines. Au départ, inscrit dans le champ culturel des média activistes, le projet La Molleindustria est aujourd'hui un projet « plus personnel, plus engagé », en bref « un projet artistique »²⁸, selon l'aveu de Paolo Pedercini. Sa démarche témoigne de l'appropriation du jeu vidéo comme d'un médium, au service d'une expressivité qui résiste face à l'idéologie dominante. En quelques minutes, chacun des jeux proposés parvient à mettre le joueur dans des situations parfois poétiques, parfois dérangeantes, parfois absurdes, mais toujours résolument critiques de cette société néolibérale. Les jeux vidéo de *La Molleindustria* ne visent pas la performance technique. Ce ne sont pas seulement les mots, les sons ou les graphismes qui contribuent à la peinture de son portrait désenchanté. C'est dans le *game design* que réside la subtilité de son travail. L'agencement de tous ces éléments, soutenu par un travail mécanique, interactionnel et

²⁷ *Ibid.*

[Traduction] Mol·lein·dus·tria / mòl-le indùstria /mòl-le in'dustrja/ :

1. *Industrie molle.* 2. *Production molle.* 3. *Un projet de réappropriation des jeux vidéo.* 4. *Un appel à la radicalisation de la culture populaire.* 5. *Un développeur indépendant de jeux.*

²⁸ P. PEDERCINI, Interview vidéo, CologneGameLab Institute, 2011, « *I make game. I make culture. Not necessary art. If that stuff is [...] considered with an artistic value, that's kind of a side effect. Molleindustria project starts more as a media activist project so it was similar to indie media. To me it was kind the same universe. Then it became a little bit more personal indie sort of project because the idea was to create a collective that will probably, sort of like, serve urban issues like "Oh let's get together and make a game" for the same reason you make a video or you write a magazine. So to me it was that kind of idea and then that didn't really work as I wanted. It became more like a sort of artistic kind of projects* », disponible en ligne (consulté le 03.09.15), à l'url suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=GyNkK2vbwaU>.

[Traduction] Je fabrique des jeux. Je fais de la culture. Pas nécessairement de l'art. Si ce genre de choses est [...] considéré comme ayant une valeur artistique, c'est un effet secondaire. Le projet de la Molleindustria a commencé plus comme un projet de média-activiste, il était similaire aux média indépendants. Pour moi, il était un peu dans le même univers. Puis, il est devenu un genre de projet indépendant un peu plus personnel car l'idée était de créer un collectif qui serait, probablement, un peu comme au service de problèmes urbains, « Oh, réunissons-nous et faisons un jeu », pour la même raison que l'on peut faire une vidéo ou écrire un magazine. Donc, pour moi, c'était ce genre d'idée et puis ça n'a pas vraiment fonctionné comme je le voulais. C'est devenu plus un genre de projet artistique.

systémique important, permet l'émergence d'un effet significatif et critique capable de toucher le joueur, par la réflexion, l'émotion mais aussi par l'action.

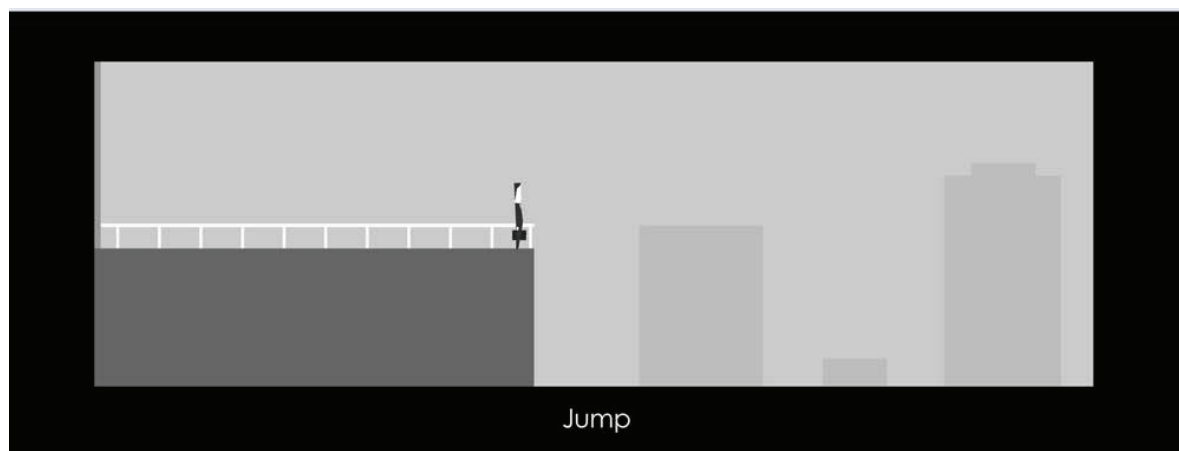


Figure 7.8 Paolo Pedercini (game designer) et Jesse Stiles (concepteur sonore), *La Molleindustria*, *Every day the same dream*, artgame réalisé en six jours lors de l'Experimental Gameplay Project, 2009

Comme il le dit lui-même, il n'est pas question de faire des jeux « neutres ». Paolo Pedercini est aussi référencé sur le site des G4C et invité lors de leurs rassemblements. En 2014, lors d'une conférence intitulée « Making Games in a F***d Up World », celui-ci révèle la désillusion qui habite ce mouvement : il s'agit, selon lui, d'un nouveau genre de *serious games*, centré sur la « mesure » du changement. Ainsi, parler du changement en des termes progressistes n'est qu'illusoire : « *If we can measure it, then it's not the change I want to see* » (Si on peut le mesurer, alors ce n'est pas le changement que je veux voir arriver). La mesure pour Paolo Pedercini, favorise le changement individuel, réduit les alternatives ainsi que les actes. La mesure suppose d'agir d'après une préconception et donc un code de conduite au préalable admis. S'attaquant aux projets de Jane McGonigal et aux montants investis dans ses créations, Paolo Pedercini soulève l'amère ironie de créer des jeux pour le changement qui coûtent des centaines de milliers de dollars²⁹. Face à ce mouvement, Paolo Pedercini déclare son intérêt pour des moyens gratuits et politiques. Sa démarche est la création de jeux, mais aussi l'engagement de personnes à comprendre ce qu'est le jeu vidéo par la connaissance du *game design*. Selon lui, concevoir un jeu de manière critique permet de démystifier tous les jeux. Il termine ce boulet de canon lancé lors de ce festival par deux

²⁹ *Urgent Evoke* (2010) de Jane McGonigal aurait coûté 500 000 dollars, investis par la Banque Mondiale, selon Paolo Pedercini et David J. Waddington « A parallel World for the World Bank: A case study of *Urgent Evoke*, An educational ARG », *Revue Internationale des technologies en pédagogie universitaire*, 10(3), 2013, pp. 42-56.

propositions cinglantes. La première renvoie aux procédés humanitaires de culpabilisation utilisés par les *G4C* comme unique moyen de créer de la ressource financière. La deuxième est de dire qu'à la différence des *Games For Change*, dans son travail, le dénominateur commun n'est pas tant le jeu, même s'il constitue son médium de prédilection, que les stratégies du changement sociétal.

2.2 Le contexte de création d'*Unmanned*

Sorti en 2012, *Unmanned* illustre la démarche de *La Molleindustria*. Plusieurs éléments ont contribué à la création de ce jeu. Lors d'une conférence au centre UCLA Design Media Arts en mars 2012, Paolo Pedercini explique que l'idée lui est venue depuis son lieu de travail : l'Université de Pittsburg. En effet celle-ci possède un département du divertissement qui est financé par l'armée américaine. Celui-ci concentre ses recherches sur les parcs à thèmes, jeux vidéo et matériel militaire. Ce complexe militaro-ludique (« *Military-Entertainment Complex* ») est partenaire de l'industrie du loisir³⁰. Selon Timothy Lenoir et Henry Lowood, ces laboratoires d'un nouveau genre, apparaissant dans les années 1990, ont pour objectif d'être le terrain d'expérimentation des guerres posthumaines³¹ par l'utilisation de robots plutôt que d'hommes. Si ces auteurs montrent bien que les jeux ont été très rapidement saisis pour mettre en place des entraînements aux stratégies militaires, citant la bataille navale (Fred Jane, 1912), ou encore *Firefight* (SPI, 1976), ceux-ci mettent l'accent sur leur ouverture au grand public par leur commercialisation, révélant ainsi qu'armée comme industrie du divertissement trouvent leur compte dans cette collaboration. Cette approche du divertissement par l'armée américaine permet de la rendre invisible car omniprésente. L'industrie du loisir, quant à elle, devient « la source majeure d'idées innovantes et de technologie » remodelant le visage de la guerre³².

Paolo Pedercini remet donc en question cette affiliation entre armée et jeux vidéo, et questionne ainsi son travail sur le *game design* expérimental qu'il produit aussi, de manière

³⁰ A ce titre n'oublions pas qu'*America's Army* a été édité par Ubisoft, l'un des plus grands studios de jeu vidéo au monde.

³¹ T. LENOIR et H. LOWOOD, « Theaters of War : The Military-Entertainment Complex », in. *Collection – Laboratory – Theater*, collectif sous la direction de Helmar SCHRAMM, Ludger SCHWARTE, Jan LAZARDZIG, Berlin, Walter de Gruyter GmbH & Co, 2005, p. 428.

³² *Ibid.*, p. 453

indirecte, pour l'armée. *Unmanned* est également créé à la suite de la lecture du *Best Seller* de Peter W. Singer, spécialiste en science politique, *Wired For War*.

*The idea came about two years ago. I was reading P.W. Singer's terrific and terrifying book Wired For War while the drone attacks in Pakistan were getting more and more common. At the time, I just officially became a US taxpayer and I started to feel more directly implicated in these distant events. Not to mention that my employer, Carnegie Mellon University, gets a good deal of funding from the Department of Defense due to research in robotics.*³³

Cet ouvrage publié en 2009 révèle l'ensemble des tactiques militaires à l'œuvre dans l'armée américaine et ses relations avec la robotique. Il explique la « révolution » en marche du visage non-humain de la guerre et les dimensions éthiques qui en découlent.

*Our very vocabulary illustrated. Right now, we refer to these systems as « unmanned » or « artificial », calling them by what they are not, akin to how cars were once called « horseless carriages ». This is not only because we can't yet conceptualize exactly what these technologies are and what they can do. It is also because their nonhumanity sums up their difference from all previous weapons. It is why their effect on war and politics is beginning to play out in such a new and revolutionary manner.*³⁴

Le livre du philosophe est une mise en garde sur l'utilisation de ces nouvelles technologies qui possèdent des effets sur les relations internationales, les fronts de guerre, mais aussi dans le domaine civil, par le détournement de drones par exemple, et la possibilité de les armer pour quelques centaines de dollars. Selon l'auteur, les drones et la robotique en général sont à l'image de la bombe nucléaire pouvant conduire à un *statu quo* entre les puissances mondiales, mais aussi représenter l'un des plus grands dangers de l'humanité. A la lumière de cet ouvrage et du contexte dans lequel a vu le jour le jeu *Unmanned*, il est possible à présent de l'analyser.

³³ P. PEDERCINI, « Unmanned presents a nuanced psychological perspective on modern warfare », in. *Ars Technica*, Interview de Kyle Oland, 2012, disponible en ligne (consulté le 03.09.15) à l'url suivant : <http://arstechnica.com/gaming/2012/02/unmanned-presents-a-nuanced-psychological-perspective-on-modern-warfare/>.

[Traduction] L'idée m'est venue il y a deux ans. J'étais en train de lire le formidable et effrayant livre de Peter Singer, *Wired For War* alors que les attaques de drones au Pakistan étaient de plus en plus communes. A ce moment-là, je venais tout juste de devenir un officiel contribuable américain et je commençais à me sentir directement impliqué par ces événements distants. Sans mentionner que mon employeur, l'Université de Carnegie Mellon, a un partenariat de financement avec le Département de la Défense, dû à leur recherche en robotique.

³⁴ P. W. SINGER, *Wired For War*, New-York, The Pinguin Press, 2009, p. 430.

[Traduction] Notre vocabulaire est très illustratif. À l'heure actuelle, nous nous référons à ces systèmes par des termes comme « sans pilote » ou « artificiel », les appelant par ce qu'ils ne sont pas, comme les voitures ont été une fois appelés « voitures sans chevaux ». C'est parce que nous ne pouvons pas encore conceptualiser exactement ce que ces technologies sont et ce qu'elles peuvent faire. C'est aussi parce que leur non-humanité résume leur différence de toutes les armes précédentes. C'est pourquoi leurs effets sur la guerre et la politique peuvent être interprétés d'une manière nouvelle et révolutionnaire.

2.3 Le thème des drones de guerre

Mettant en scène Kirk, un pilote de drone de guerre de l'US Air Force, *Unmanned* signifie littéralement *Sans Équipage* et caractérise le système technique des drones de guerre, « véhicule terrestre, naval ou aéronautique, contrôlé à distance ou de façon automatique »³⁵. Les drones de guerre sont, eux, armés de missiles et permettent une guerre « propre », emblème de la présidence de Barack Obama³⁶. L'assaillant contrôlant les drones, hors du champ de bataille, est indemne.

La préservation par le drone procède par retrait du corps vulnérable, par sa mise hors de portée. On peut y voir l'aboutissement d'un désir ancien, qui anime toute l'histoire des armes balistiques : accroître son allonge de sorte de pouvoir atteindre l'ennemi à distance, avant que celui-ci ne soit en mesure de le faire. Mais la spécificité du drone tient à ce qu'il joue sur un autre segment de distance. Entre la gâchette, sur laquelle on a le doigt, et le canon, d'où la balle va sortir s'intercalent désormais des milliers de kilomètres. A la distance de la portée – distance de l'arme à sa cible – s'ajoute celle de la télécommande – distance de l'opérateur à son arme.³⁷

Grégoire Chamayou, philosophe, dans son ouvrage *Théorie du drone*, propose une analyse critique sur cette nouvelle manière de faire la guerre. S'opposant aux logiques de Kamikazes, ceux qui mettent leur corps à l'épreuve de la guerre par leur sacrifice, les drones voient le jour pour précisément éviter toutes conséquences du combat, en désengageant le corps et la psyché du soldat. Celui-ci n'expérimente pas son attaque, il ne fait plus que voir par l'intermédiaire de filtres, d'écrans, d'interfaces, le conflit auquel il participe.

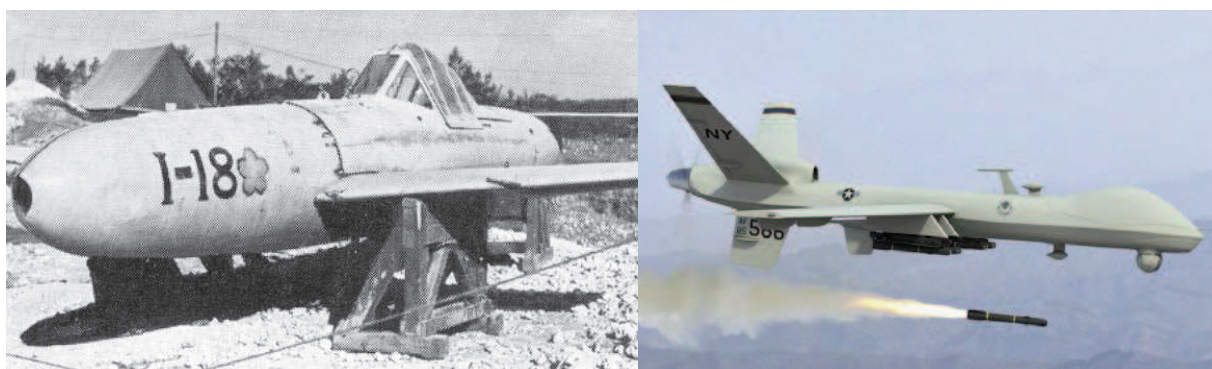


Figure 7.9 A gauche Avion Kamikaze Japonais, Modèle MX-7 11 « Ohka » (signifie fleur de cerisier), à droite Avion sans équipage américain, Modèle MQ-9 « Reaper » (signifie la faucheuse).

³⁵ G. CHAMAYOU, *Théorie du drone*, Paris, La Fabrique, 2013, p. 21.

³⁶ *Ibid.* p. 25.

³⁷ *Ibid.* p. 23.

Caractéristique de ce siècle dont la vie s'expérimente par le règne du visuel et des écrans, la politique des drones soulève des questions éthiques sur plusieurs niveaux. Tout d'abord, les drones démontrent une fois de plus, les logiques capitalistes et bourgeoises, réalisant le fantasme démiurgique de l'omniprésence et de l'omniscience invisible³⁸ de ceux qui détiennent le monopole des machines pour établir l'ordre mondial. Plus encore, ces drones ont des conséquences sur les fondements mêmes de la morale. Est-ce éthique de tuer par le moyen de machines désengageant, et donc déresponsabilisant, l'acteur de la frappe ? Grégoire Chamayou soulève l'absence de présomption d'innocence de toute « personne d'intérêt » et voit dans les logiques de la guerre des drones une « nécroéthique » qui s'effectue à titre posthume de la victime³⁹. Aussi, *bugs* et *glitches* à l'écran entraînent des actes manqués dont les conséquences peuvent être catastrophiques⁴⁰. Mais ce n'est pas la fiabilité de ces appareils qui intéresse Grégoire Chamayou, c'est bien plutôt l'impact général de cette guerre à l'écran⁴¹ sur les mentalités. « Crise de l'*ethos* militaire » et « psychopathologie du drone »⁴² viennent entacher la soi-disant invulnérabilité des corps de ces soldats.

2.4 Image, textes, sons et gameplay au service de la création d'un personnage : Kirk

Le jeu *Unmanned* est composé de huit séquences, dont deux servent d'introduction et de conclusion. Entre chacune d'elles, le joueur voit apparaître les résultats de ses actions par un système de médailles qui le récompense. Pour Paolo Pedercini, ces médailles permettent d'introduire l'idée selon laquelle Kirk, le personnage principal, vit dans un monde *gamifié*, ou, tout au plus, prend chacune de ces actions comme un jeu.

Unmanned entraîne le joueur dans une boucle, du réveil du personnage au coucher. Il propose ainsi de vivre une journée ordinaire qui se répète, sur le même principe que le jeu *Every day the same dream*. Une fois que le jeu est fini, il se relance pour signifier la boucle sans fin du quotidien de ce soldat de l'armée américaine. L'objectif d'*Unmanned*, pour le

³⁸ *Ibid.* p. 57.

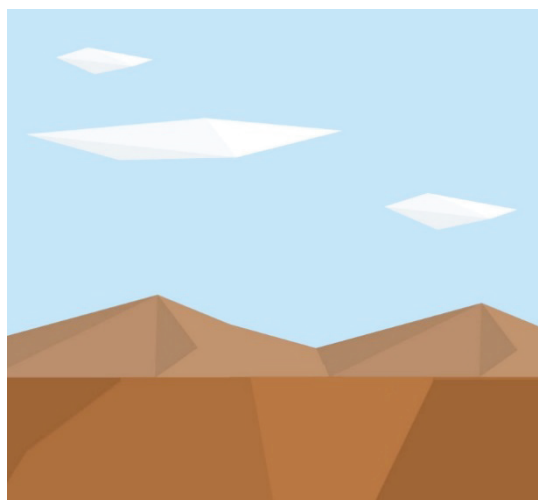
³⁹ *Ibid.* p. 206.

⁴⁰ *Ibid.* p. 111.

⁴¹ Peter W. Singer souligne que cette guerre à l'écran ne l'est pas seulement pour les conducteurs des drones mais aussi pour les milliers de spectateurs qui visionnent les vidéos de combat de drone se retrouvant sur YouTube et entretenant une guerre du spectaculaire.

⁴² Les deux formules sont empruntées à Grégoire Chamayou.

joueur, est de suivre les étapes de la journée, de dérouler l'histoire par une série de choix et d'actions. Réalisé sous *Flash*, le jeu, par la technique utilisée, s'inscrit déjà dans une orientation engagée. En tenant compte de l'histoire de La Molleindustria et des propos de son créateur, le choix de la technologie *Flash* est révélateur de la floraison en ligne de nombreux jeux indépendants autour des années 2000, pouvant ainsi contourner les logiques des passeurs éditoriaux. Ce choix de technologie possède des conséquences sur la charte graphique du jeu dont les images laissent apparaître des décors et des personnages angulaires. Leur trait donne à celui-ci un aspect qui peut faire penser au cubisme et au minimalisme. Loin d'être réalistes, les graphismes proposés ne présentent pas de textures. Les formes sont habillées par des aplats de couleur qui dénotent face aux productions industrielles.



7.10 *La Molleindustria, Unmanned, Paysage du Nevada, 2012*

Inscrites dans une course au pixel, au réalisme des courbes, des couleurs et des lumières qui deviennent la garantie d'immersion, d'émotion et de ludique, les grandes productions vidéoludiques diffusent une idéologie technique et hyperréaliste à laquelle s'oppose le parti pris graphique de La Molleindustria.

Le jeu est centré autour du personnage de Kirk qui possède des allures, selon Pierre Corbinais créateur de l'OUJEVIPO, de Duke Nukem⁴³, célèbre personnage militaire du jeu du même nom à la masculinité exacerbée. Duke Nukem est un pastiche du héros militaire venant sauver le monde. Ici, c'est un peu comme si, avec Kirk, ce même personnage était en quête du sens de sa vie, face à la réalité de la guerre. La guerre n'est plus remplie d'action et

⁴³ P. CORBINAIS, « Unmanned, La Molleindustria », disponible sur le site OUJEVIPO en ligne (consulté le 03.09.15), à l'url suivant : <http://oujevipo.fr/20-minutes/645-unmanned/>.

d'excitation comme elle est représentée dans les jeux vidéo. Non, dans *Unmanned*, elle est à l'image de la réalité, un simple travail de bureau peu divertissant. Elle est ennui, inaction et dépression, victime de la même crise du travail bureaucratique décrite par Alain Cotta. En effet, la guerre se déroule de moins en moins sur le terrain et de plus en plus depuis des bureaux (*cubicles*)⁴⁴, dissimulés dans le désert du Nevada, d'où sont télécommandés les drones. Grégoire Chamayou soulève la « dronisation » des forces armées américaines⁴⁵ dont Kirk est victime. Il traverse la crise de « l'*ethos* militaire » telle que le philosophe la décrit⁴⁶. « Être « prêt à mourir » apparaît aussi, dans ces conceptions, comme l'un des principaux facteurs de la victoire, le cœur de ce que le théoricien militaire prussien Carl Von Clausewitz avait appelé la « force morale »⁴⁷. Ainsi, puisque toutes les valeurs qui caractérisaient le fait d'être un soldat ont disparu de la pratique de son métier pour laisser place à un nouveau paradigme, lâcheté, déshonneur et ennui caractérisent le soldat des temps postmodernes. En effet, Kirk est un soldat invisible, qui tue dans l'ombre, à l'abri du combat et du danger.

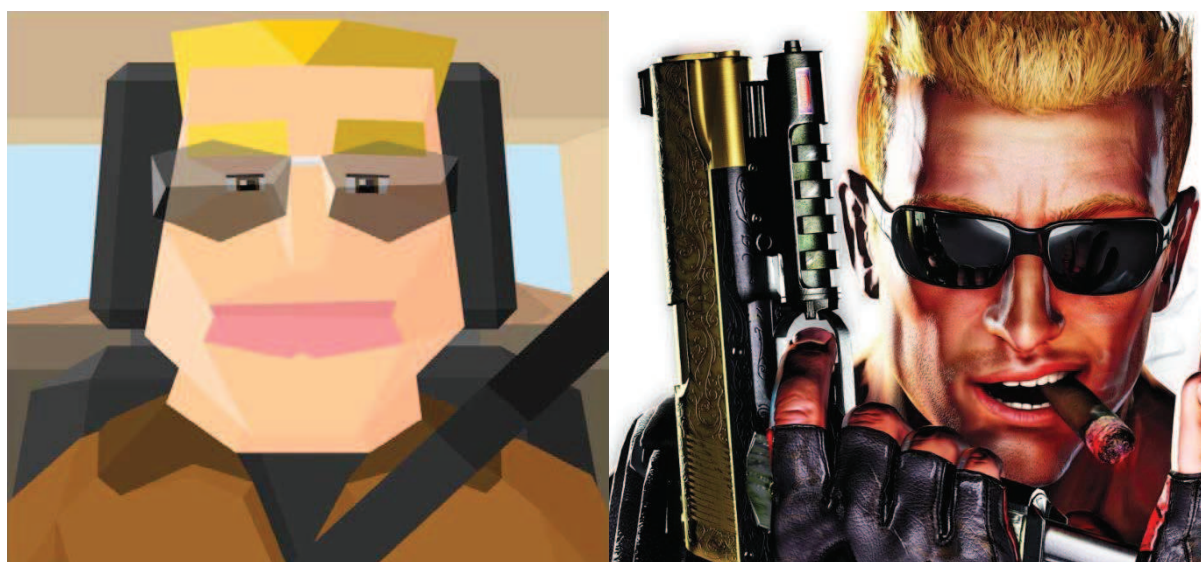


Figure 7.11 A gauche Kirk, *Unmanned* (La Molleindustria, 2012), à droite Duke Nukem, *Duke Nukem Forever* (2K Games, 2011)

Dans *Unmanned* le personnage peut connaître plusieurs orientations. Il peut procéder à une introspection révélant cette crise de sens ou bien se manifester de manière plus stéréotypée n'ayant aucun cas de conscience, ni pour la guerre, ni pour sa famille. Dans cette

⁴⁴ P. W. SINGER, *op. cit.*, p. 329. Peter Singer qualifie ces soldats de « *cubicle warriors* ».

⁴⁵ G. CHAMAYOU, *op. cit.*, p. 25.

⁴⁶ *Ibid.* p. 138.

⁴⁷ *Ibid.* p. 139.

orientation du héros, rien ne semble l'engager, certainement pas sa femme et son fils lorsqu'il entreprend de faire des avances à Jane, son officier supérieur. Le joueur peut ainsi choisir le degré de sensibilité du personnage en fonction des réponses aux dialogues et de ses introspections. C'est au texte que revient cette charge. Ecrits par Jim Munroe, écrivain et journaliste indépendant qualifié de « provocateur de *pop-culture* », les textes laissent apparaître, en quelques minutes, une profondeur au personnage de Kirk, que des heures entières de nombreux jeux vidéo industriels ne parviennent pas à atteindre. Cependant, même en présence des différents choix possibles, les thématiques de l'*ethos* militaire et de la crise que vit, ouvertement ou de manière refoulée, ce personnage ne disparaissent pas. Peignant un portrait du monde contemporain, les dialogues font apparaître des sujets tournant principalement autour:

- de la guerre américaine contre le terrorisme - on trouve des références à la montée des Talibans, l'assassinat d'Osama Ben Laden, aux engins explosifs improvisés (IED, *Improvised Explosive Device*), à la CIA, à la Zone 51, à la guerre en Irak, au métier de soldat,
- de problématiques plus civiles concernant les relations du personnage à sa famille, la santé de son fils atteint de trouble de l'attention et traité à la Ritaline,
- du domaine du divertissement : l'ennui est récurrent et les jeux vidéo sont évoqués lors des séquences 3, 4, 5, 7 du jeu.

Les dialogues sont riches de la culture qui environne leur création, resituant ainsi le jeu *Unmanned* dans son temps de la manière la plus consciente possible. En effet, à l'inverse des jeux vidéo industriels qui cherchent principalement le « divertissement », autrement dit le détournement, et l'évasion dans des univers fictifs, ici Paolo Pedercini et Jim Munroe affirment le caractère concret du sujet abordé en faisant de multiples références à leur culture.

La musique, elle aussi, écrite par Jesse Stile, artiste sonore, participe au message du jeu. L'un des exemples frappant concerne le pesant silence de la base militaire lors du pilotage du drone. Celui-ci contraste avec les autres séquences qui contiennent toutes une musique, en particulier celle dans laquelle le personnage joue à un jeu de guerre avec son fils (séquence 7). Musique épique, bruitages explosifs, créent une antithèse sonore entre la réalité du métier de Kirk et ce que les jeux vidéo donnent à en voir. Egalement, la musique de la séquence d'introduction et de conclusion du jeu est dissonante et se révèle comme un indice

sur l'atmosphère du jeu et du personnage. Enfin, la mélodie de la chanson *One Vision* de Queens retentit à deux reprises : premièrement lorsque le personnage se rase le matin, deuxièmement lorsqu'il conduit sa voiture. Dans cette deuxième séquence, le joueur doit retrouver les bonnes paroles « *One man, One goal, One mission, On heart, One soul [...]* » (Un homme, Un but, Une mission, Un cœur, Une âme) pendant que la caméra s'éloigne de plus en plus du personnage, montrant d'abord le véhicule depuis lequel il écoute la musique, puis la route sur laquelle il conduit, l'Etat, le pays, la Terre et un satellite. Cette chanson a été utilisée dans le film *Iron Eagle* de Kevin Elders et Sidney J. Furie diffusé en 1986 dont l'histoire traite de pilotes de l'armée américaine en mission au Moyen-Orient. Dans ce film, on retrouve les représentations habituelles du soldat prêt à braver tous les dangers. *One Vision* est diffusée du point de vue de deux pilotes américains lors d'une attaque aérienne. En plus de cette référence, la chanson, dans ses paroles, souligne la thématique de l'unité. Elle joue un rôle symbolique puisque le texte, désignant ce « One man », se joue en même temps que la caméra crée de plus en plus d'écart entre le personnage principal et le joueur, alors que l'essentiel du jeu va justement traiter de la dissociation et de la dualité, comme l'illustre l'espace de jeu.

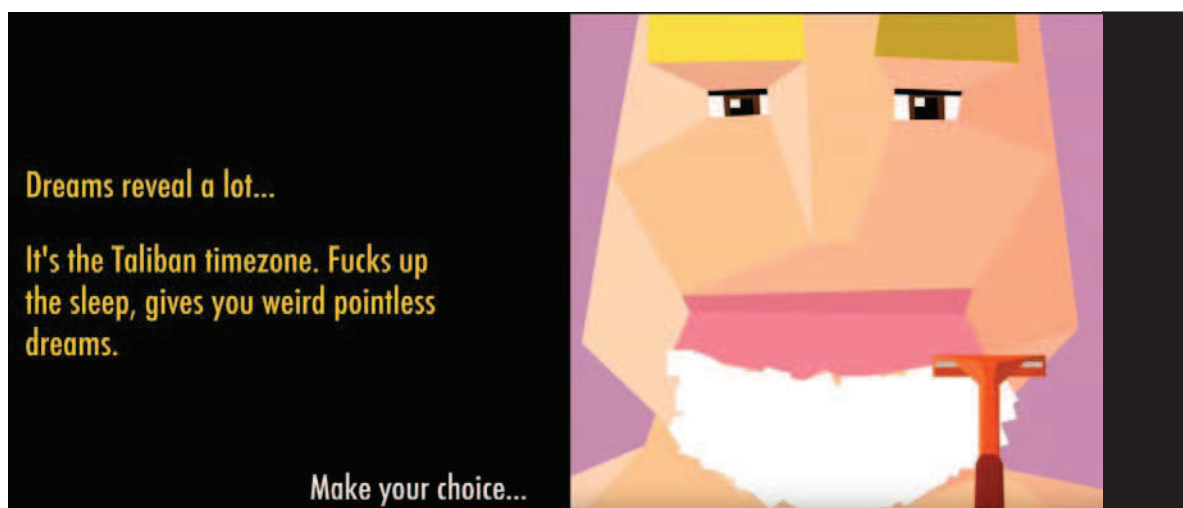


Figure 7.12 *La Molleindustria, Unmanned, Séquence 2, 2012*

L'espace de jeu est scindé en deux permettant toujours d'avoir une vue sur le personnage et ses actions, et une autre sur son intimité, lors des monologues intérieurs et lors des dialogues. Le jeu oppose texte et image dans chacune des séquences. Ainsi sur l'espace de droite, le joueur va avoir à effectuer des actions mécaniques, par des mini-jeux, aux rythmes variables, qui ne demandent pas au joueur de réfléchir mais seulement d'agir. Ces mini-jeux

sont basés sur les ressorts ludiques du réflexe, mais aussi de la précision. La tension du jeu va cependant résider dans l’accomplissement des actions du personnage et son avancée sur le plan psychologique ou social sur l’espace de gauche.

Par cette mécanique de *gameplay* qui fragmente l’écran et par la modalité d’interaction qu’elle implique, le joueur va devoir être à deux endroits à la fois. Ne pouvant effectuer des actions qu’au travers du déplacement de sa souris et du clic, le joueur se trouve divisé entre les deux zones de l’écran, entre deux espaces virtuels qui mettent à mal sa capacité de concentration et d’accomplissement des actions demandées par le système de jeu.

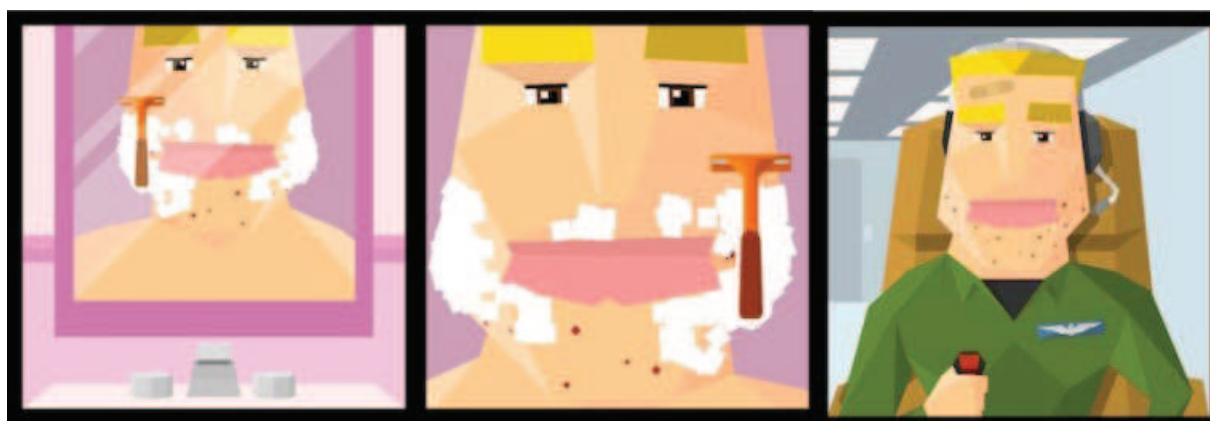
Séquences	Espace de gauche	Espace de droite
1. Le rêve	/	Déplacer Kirk pour échapper à une famille au Moyen-Orient.
2. Le matin	Introspection sur la signification du rêve.	Raser Kirk.
3. Le trajet	Introspection sur le travail, la famille, chanter les bonnes paroles de <i>One Vision</i> de Queens.	Conduire l’automobile.
4. La base militaire 1/2	Dialoguer avec Jane sur le travail et les conditions de vie d’un militaire.	Surveiller une « personne d’intérêt ».
5. Pause « cigarette »	Téléphoner à sa femme.	Fumer une cigarette.
6. La base 2/2	Flirter avec Jane.	Lancer un missile sur une « personne d’intérêt ».
7. Chez soi	Parler à son fils.	Jouer une partie de jeux vidéo de guerre à la première personne.
8. S’endormir	/	Compter les moutons en cliquant au bon moment.

Figure 7.13 Tableau des différentes séquences du jeu *Unmanned* de La Molleindustria et des actions demandées sur chacun des espaces

2.5 Valeurs et rhétoriques d'Unmanned

Unmanned se construit autour de deux couples d'oppositions fortes : corps/téléprésence et unité/dualité. Chacun d'eux recèlent la confrontation d'autres thématiques telles que quotidien/front de guerre, ennui/action mais aussi guerre/divertissement. Les différentes mécaniques de *gameplay* et l'interaction possèdent en elles une signification.

Dans un premier temps, il est notable que chacun des mini-jeux propose un système de « téléprésence » : être endormi dans un lit tout en rêvant d'un ailleurs, se voir dans le miroir par un reflet dissocié de son corps ; conduire une voiture en chantant ; fumer une cigarette en parlant au téléphone ; être dans son canapé mais être aussi l'avatar à l'écran dans un jeu vidéo. Ces différentes actions viennent banaliser le contrôle du drone qui s'insère entre les pauses « cigarette » du personnage et le retour dans sa famille. Egalement, sur cette même thématique, apparaît un second élément significatif : chacune des actions effectuées dans les mini-jeux, à l'exception de celui du drone et de la partie de *FPS*, vont avoir des conséquences visibles sur le corps de Kirk – on relève par exemple les traces de coupures après s'être rasé ou un pansement après s'être cogné la tête. A travers ces rétroactions visuelles, le jeu explore le thème de l'action et de ses conséquences, mais surtout de la dissociation des actes et de leurs effets⁴⁸.



7.14 La Molleindustria, *Unmanned*, montage de différentes scènes du jeu montrant que les répercussions corporelles durent sur l'ensemble du jeu

⁴⁸ G. COSTIKYAN, « Molleindustria's Unmanned: Excellence Through Boredom », 2012, publié sur le site Gamasutra, disponible en ligne (consulté le 04.09.15) à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/blogs/GregCostikyan/20120529/171195/Molleindustrias_Unmanned_Excellence_Through_Boredom.php.

Par contraste, si tous les mini-jeux possèdent des conséquences visibles, ou amenées à la connaissance du joueur, la conduite du drone n'a pas de conséquence directe et visible sur le corps du personnage. Il est d'ailleurs laissé au joueur la liberté de choisir si cela affecte le personnage psychologiquement lors des phases de monologues intérieurs. Également la partie de *FPS* semble n'avoir aucune conséquence sur le personnage.

Séquences	Actions	Conséquences visibles
1. Le rêve	Fuir.	Il est laissé la possibilité au joueur de donner du sens au rêve ou non. Peu importe le choix du joueur, le rêve possède un impact sur Kirk puisqu'à son réveil celui-ci va animer le premier monologue du jeu.
2. Le matin	Se raser.	Le joueur peut couper la peau de Kirk par inadvertance (Cf. figure 7.14).
3. Le trajet	Sortir de la route avec son véhicule.	Le joueur peut faire dévier la voiture de la route et entraîner un accident. Kirk a alors un pansement sur la tête.
4. La base 1/2	Suivre une « personne d'intérêt ».	Aucune conséquence visible.
5. Pause « cigarette »	Fumer.	L'icône se transforme en poumon pour signifier la conséquence de l'action effectuée par le joueur sur les poumons de l'avatar.
6. La base 2/2	Tuer une « personne d'intérêt ».	Aucune conséquence visible.
7. Chez soi	Jouer à un jeu de guerre à la première personne.	Aucune conséquence visible.
8. S'endormir	Appuyer en rythme sur l'écran pour faire sauter les moutons.	Kirk s'endort petit à petit si le joueur réussit les actions.

Figure 7.15 Tableau récapitulatif des actions et des conséquences sur le corps de Kirk

La thématique de la téléprésence apparaît par un discours rhétorique de l'ordre de la métaphore et de l'allégorie. Ici pas de raisonnement direct mais une utilisation de symboles qui crée des points signifiants entre lesquels le joueur peut faire le lien. Marquer le corps de Kirk permet de faire ressortir la nature psychique des conséquences de deux séquences : celle de l'utilisation du drone (4 et 6) et celle de la partie de *FPS* (7). Plus encore, le discours rhétorique déploie une forme d'antithèse par la création de deux espaces conjoints très contrastés dans leur forme et leur sens. Sur l'espace de gauche, on retrouve un discours écrit, qui montre un personnage tourmenté par de nombreuses pensées, jonglant entre son identité militaire et civile. Sur l'espace de droite, ce que l'on retrouve c'est un personnage en « pilote automatique ». Les actes sont effectués sur commande du joueur, à l'image du pilotage de ce drone. Le corps de Kirk, impassible et calme, contraste avec la profusion de pensées que l'on retrouve sur l'autre écran. Le joueur est ici conduit à effectuer des actions sans réelle conscience. Le corps de Kirk, dans les mains du joueur, est semblable au drone. Le joueur le pilote à distance ayant accès d'un côté à ses pensées, de l'autre à ses gestes et actions. Ceci n'est pas sans rappeler la première séquence du jeu, qui apparaît comme une conclusion à l'ensemble de cet *artgame*, mais dont il faut connaître tous les éléments clés pour la comprendre. Dans cette séquence, Kirk fuit les responsabilités de ses actes. Pour réussir à s'échapper, il se transforme en drone, soit en machine, perdant ainsi son humanité : il devient le « *unmanned* ».

*Because they are not human, these new technologies are being used in way that were impossible before. Because they are not human, these new technologies have capabilities that were impossible before. And, because they are not human, these new technologies are creating new dilemmas and problems, as well as complicating old ones, in a manner and pace that was impossible before.*⁴⁹

⁴⁹ P. W. SINGER, *op. cit.*, p. 430.

[Traduction] Parce qu'elles sont non-humaines, ces nouvelles technologies sont actuellement utilisées de manière auparavant impossible. Parce qu'elles sont non-humaines, ces nouvelles technologies ont des capacités qui n'existaient pas auparavant. Et, parce qu'elles sont non-humaines, ces nouvelles technologies créent des dilemmes et des problèmes, aussi compliqués que les anciens, d'une manière et à un rythme qui étaient auparavant inimaginables.



*Figure 7.16 La
Molleindustria,
Unmanned, Captures
d'écrans et assemblages
de la transformation de
Kirk en drone dans la
séquence 1*

L'idée que Kirk est une machine réapparaît lorsque le joueur est confronté à une situation critique dans laquelle il doit surveiller une personne suspecte à l'aide du drone tout en suivant une stricte procédure. Si le joueur échoue dans cette situation, il est signalé par la coéquipière de Kirk comme défaillant. Il est alors immédiatement remplacé par une autre équipe de contrôle, à la manière dont on change un rouage défectueux.

Dans un second temps, la dualité et la dissociation se retrouvent au cœur du jeu, faisant apparaître les différents médiums présents. Paolo Pedercini appelle cette dissociation entre le texte et l'image, une « dissonance ludo-narrative »⁵⁰ où la narration entre en conflit avec les mécaniques de jeux, mises ici au service d'un message. Grégoire Chamayou, ainsi que Peter W. Singer, parlent également de cette dissonance et de ce sentiment de dualité du métier de pilote de drone. La dualité, présente dans chacune des séquences du jeu, constitue le fil rouge permettant de dénoncer l'orientation schizophrénique de ces hommes entraînés à être

⁵⁰ P. PEDERCINI, conférence, « Molleindustria », Ucla Design Media Arts en mars 2012, disponible en ligne (consulté le 05.09.15) à l'url suivant : <http://video.dma.ucla.edu/video/paolo-pedercini-molleindustria/391>.

fragmentés, divisés, avec d'un côté le fait d'être un soldat à la guerre mais sans jamais subir la violence physique de leurs actes, et de l'autre d'être un homme « banal », un père de famille, un mari. Ce cloisonnement entre l'identité de Kirk et la violence de la guerre, effective seulement à distance, incarne la problématique essentielle de l'utilisation des drones. Ces soldats connaissent une redéfinition de la guerre qui, sans transition, permet de se trouver au front par l'utilisation du drone et de rentrer chez soi le soir auprès de sa famille.

Les hommes en guerre ont besoin de se forger un monde moral spécial, où tuer est, à la différence du monde civil, une vertu et non un interdit. La contradiction entre ces régimes normatifs est toujours latente, mais elle est ici rendue manifeste et permanente du fait de la surimposition en une même zone de deux univers que tout sépare.⁵¹

Pour Grégoire Chamayou, c'est dans la réunification du soldat que se trouve la nécessité éthique. Et c'est précisément cette réunification, d'ailleurs récompensée par les médailles du jeu, qui est mise en scène lorsque l'on observe les actions du joueur. Celui-ci détient un rôle essentiel : il fait lien entre les deux écrans, il est le « One man ». Durant le jeu, il essaie de garder Kirk comme un être entier : il relie cette mécanisation de Kirk représentée par les jeux d'action de l'espace de droite et sa liberté de pensée, de ressentir, de donner du sens à sa vie, sur l'espace de gauche. Le joueur apparaît alors comme le pilote.

Cependant, persiste une mise en abîme qui n'est pas sans contradiction avec cette idée, dans la séquence 7 et dans la mise en difficulté des capacités du joueur. En effet, si le joueur agit sur l'espace de gauche ou l'espace de droite, ses réactions sont différentes. Les zones du cerveau convoquées par chacun de ces espaces divergent, créant ainsi une difficulté à concilier les deux actions. Face au *FPS*, le joueur retrouve ses habitudes, celles des automatismes que les écrans inculquent, des stimulations visuelles et des récompenses. Sur la zone de gauche de l'écran c'est une dimension plus littéraire que l'on retrouve. Le jeu apparaît ainsi très contrasté, comme une antithèse révélant la dualité de ce personnage. Il est lui aussi pris dans cette boucle critique de la mécanisation et de l'hyperrationalisation de l'humain au cœur de la guerre. Si cette idée parcourt l'ensemble des séquences, elle est la plus visible dans la séquence 7, à travers le mini-jeu de tir à la première personne faisant référence explicitement à *Call of Duty Modern Warfare (Infinity Ward, 2008)* et *Counter Strike (Valve Corporation, 2000)*.

⁵¹ G. CHAMAYOU, *op. cit.*, p. 173.

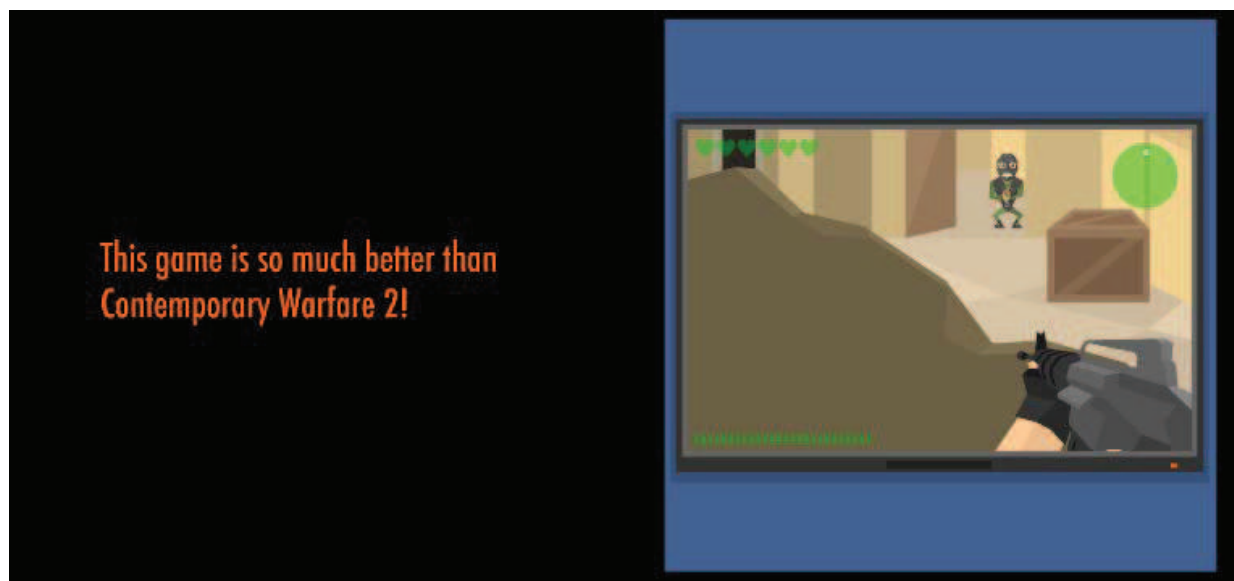


Figure 7.17 La Molleindustria, *Unmanned*, séquence 7

Cette comparaison entre la mécanisation du soldat et celle du joueur de *FPS* n'est pas innocente de la part de Paolo Pedercini qui considère que ces jeux donnent une représentation idéologique de la guerre⁵². Non seulement les *FPS* rendent la guerre attractive et participent à sa banalisation comme d'une solution au conflit, mais ils donnent une fausse conscience de ce que la guerre est réellement aujourd'hui, c'est-à-dire mécanisée et robotisée. La référence explicite aux jeux de guerre soulève également la thématique de la « masculinité militarisée », c'est-à-dire celle des représentations dominantes et globalisées des « sujets de guerre, de conquête et de combat »⁵³ qui témoigne encore selon Sébastien Genvo d'une « immaturité » du médium vidéoludique⁵⁴.

Cette critique des *FPS* dans *Unmanned*, traite, selon Miguel Sicart dans son livre *Beyond Choices : the design of ethical gameplay*, de la dissociation des joueurs entre les actions qu'ils effectuent dans le jeu et les significations et conséquences de ces actions visibles à l'image⁵⁵. Ces jeux de guerre sont conçus d'une manière telle, que le sens et l'image ne sont plus considérés par le joueur qui préfère s'adonner au plaisir mécanique,

⁵² P. PERDERCINI, Interview de Patricia Hernandez, *A talk with Molleindustria about the politics of war game*, 2012, disponible en ligne (consulté le 04.09.15) à l'url suivant : <http://nightmaremode.thegamerstrust.com/2012/03/01/unmanned-a-talk-with-molleindustria-about-the-politics-of-war-games/>.

⁵³ S. KLINE, N. DYER-WITHEFOR, G. De PEUTER, *Digital play : The interaction of technology, culture, and Marketing*, op. cit., pp. 253-256.

⁵⁴ S. GENVO, « Du rôle de la masculinité militarisée dans la médiation ludique sur support numérique », *Quaderni*, n°67, 2012, p. 49, disponible en ligne (consulté le 04.09.15), <http://quaderni.revues.org/282>.

⁵⁵ M. SICART, *Beyond Choices: the design of ethical gameplay*, Cambridge, MIT Press, 2013, p. 52.

rythmique de sa performance gestuelle - notamment par l'accomplissement de fameux *Headshots*, des tirs en pleine tête. Le joueur, par ce plaisir, devient comme immunisé à la violence et au discours de ces images qui ne sont plus vues pour ce qu'elles sont.

La référence explicite au *FPS* révèle comment, pour Paolo Pedercini, les modalités de cette guerre par l'utilisation des drones sont identiques aux modalités des jeux vidéo. Cette affiliation entre jeux vidéo et guerre est très présente dans le débat qui entoure les drones de guerre. Ceux-ci sont conçus pour mettre au maximum à distance le soldat de son action et emprunte donc de nombreux atouts à ces jeux vidéo. Par exemple, Peter W. Singer décrit les panneaux de contrôles des drones « Predators ».

Their control panels look a bit like one of the 1980's two player video games you used to see at arcades, each sitting behind three TV screens (one screen has a video feed of what the drone is seeing, one displays technical data, and the third is the navigation map, akin to the GPS display in a car).⁵⁶

Grégoire Chamayou cite d'ailleurs une campagne *marketing* pour une nouvelle interface de pilotage de ces drones : « Nous avons pris le meilleur des techniques des industries du jeu vidéo et nous les avons couplées aux besoins militaires »⁵⁷. Par conséquent, entre le soldat et la frappe létale existe un écran, une interface graphique, une image, et des périphériques de contrôle. Ajoutées aux milliers de kilomètres qui séparent le soldat de la zone de conflit, ces différentes couches se superposent mettant ainsi à distance le corps du soldat de l'impact et du sens de son action comme dans un jeu vidéo de type *FPS*. Cette dénonciation sous-jacente de la *gamification* de la guerre rejoue, dans l'espace virtuel proposé par *La Molleindustria*, la stratégie psycho-politique utilisée en réponse aux traumatismes possibles des soldats dont les psychismes doivent être immunisés pour devenir efficaces dans cette guerre que l'on met à distance⁵⁸.

⁵⁶ P. W. SINGER, *op. cit.* p. 3.

[Traduction] Leurs panneaux de contrôle ressemblent assez aux jeux vidéo à deux joueurs des années 1980 qu'on pouvait trouver dans les salles d'arcade, chacun s'asseyant derrière trois écrans de TV (un écran reçoit une vidéo de ce que le drone voit, l'autre affiche des données techniques et le troisième est une carte de navigation analogue à un GPS dans une voiture).

⁵⁷ G. CHAMAYOU, Conférence « *Philosophie des robots tueurs : les drones et l'« éthique » contemporaine* », ENS, 2013, disponible en ligne (consulté le 04.09.15) à l'url suivant : <http://plus.franceculture.fr/partenaires/ecole-normale-superieure/philosophie-des-robots-tueurs-1>.

⁵⁸ Grégoire Chamayou souligne à ce sujet qu'aucune preuve de Trouble de Stress Post-Traumatique n'est à ce jour possible sur pilotes de drones, contrairement à Peter W. Singer dont l'avis est plus tranché à ce sujet. Pour Grégoire Chamayou la communication autour des traumatismes des soldats par la presse est une manière de contrer « la mentalité Play Station » de ces soldats qui apparaissait quelques années

Le jeu *Unmanned* permet de faire plusieurs liens avec le sujet de cette thèse. Tout d'abord, il livre un point de vue plus poussé sur une société du jeu total dont les technologies permettent d'effacer l'expérimentation du conflit armé et de le confiner dans un paysage lointain, distancé par des interfaces proches de celles des jeux vidéo. Ensuite, *Unmanned* se fait la démonstration de l'utilisation de différents médiums artistiques dans une même œuvre pour créer une expérience esthétique signifiante chez le joueur. L'interaction et les règles du jeu sont détournées, réappropriées. Elles sont simples, connues des joueurs, minimalistes, placées dans un espace de jeu symbolique, double. Tous ces éléments adjoints, aux images - elles aussi symboliques de l'individu fragmenté par leur apparence angulaire -, aux textes et à la musique, sont au service de valeurs, de discours qui ensemble génèrent une grammaire nouvelle dans le jeu vidéo. La démarche complexe et technique de *La Molleindustria* donne à penser le jeu vidéo comme un hypermédium qui doit être travaillé dans ses multiples dimensions pour maîtriser et discuter autant que possible des idéologèmes. Ce n'est qu'à cette condition que le jeu vidéo et son concepteur peuvent présenter une vision éclairée, émancipée à leur joueur. Ici, pas d'ambiguïté comme dans les *GTA*, pas non plus de subversion mercantile, mais la déconstruction de l'idéologie de la violence, de la guerre et de l'*ethos* du soldat dans chacune des dimensions de cet *artgame*, qui devient force de résistance et de critique face aux idéologies dominantes, et notamment à cette affiliation des complexes ludomilitaires qui voient le jour aux Etats-Unis. Le jeu présente aussi une hypermédieté permettant de faire ressortir les artifices vidéoludiques par la tension mise en scène entre les deux espaces.

auparavant dans leur discours. « Qu'est-ce que cela vous fait de tuer par écran interposé ? [...] Oh c'est un vrai régal pour un joueur. [...] C'est comme un jeu vidéo. Ça peut devenir un peu sanguinaire, mais c'est cool, putain » (p. 153)

Mise à l'essai du caractère d'hypermédium du projet : exemple de la publicité.

Si le lien avec le projet de jeu de cette thèse s'est fait languir dans ce chapitre, c'est parce qu'il était nécessaire de pousser l'analyse du jeu *Unmanned* pour révéler l'utilisation éclairée du jeu vidéo comme d'un hypermédium artistique. Il n'est pas ici question de revenir sur chacun des aspects du jeu participant à la démonstration et à la considération des différents médiums présents dans le jeu vidéo, dans une orientation significative. La construction de l'image par le procédé du façadisme, le jeu d'illusion de la 2D dans un monde en 3D, les références aux parcs d'attractions, aux fêtes foraines et à Las Vegas, montrent comment l'image est chargée de culture et de symboles. Le travail a consisté à mettre à nu autant que possible les imaginaires qui ont impulsé les représentations de cet univers de la *gamification*. Le *gameplay*, par ces deux systèmes et les mécaniques principales du score et de la jauge d'aspiration, construit une rhétorique sur laquelle il n'est pas nécessaire de revenir. Il reste encore à déterminer comment le son, le texte et l'espace⁵⁹ participent à la construction d'une rhétorique sur l'ensemble du jeu.

Pour aborder cette notion d'hypermédium, ainsi que les deux dimensions manquantes, les publicités constituent un exemple de choix, même s'il est, dans l'analyse, parfois nécessaire de s'en éloigner pour faire ressortir les différentes utilisations des images, du son et du texte et montrer leurs contrastes. Les quartiers sont jonchés de publicités qui apparaissent sous la forme d'écrans géants à la manière de Time Square, de pancartes, d'affiches électroniques, de vidéo diffusées sur des rails, mais aussi directement dans l'interface des lunettes des habitants de cette société du jeu total, et donc du joueur. Le procédé des rails d'écrans est directement inspiré du film *The Zero Theorem* de Terry Gilliam, diffusé en 2014.

Dans *The Zero Theorem*, les publicités envahissent les moindres espaces urbains, mettant en scène une société *kitsch* et postmoderne, révélant tous les vices et les défauts de l'univers imaginé par Terry Gilliam. A la fois parodiques et effrayantes, les publicités, dans les quelques images que le film offre sur la ville de Londres, viennent enrichir la création de ce monde surveillé par l'autorité ubiquitaire de « Management ». Celles-ci s'opposent aux valeurs du personnage principal en décalage de son temps, ne parlant de lui qu'avec le

⁵⁹ L'espace est ici laissé de côté puisqu'il fait l'objet d'un chapitre entier. Cf. chapitre 8, pp. 402-409 et 419-438.

pronom pluriel « nous » contrastant avec l'individualisme prégnant, et vivant dans une Eglise abandonnée et en décrépitude, symbole du désenchantement du monde et de la mort de Dieu.

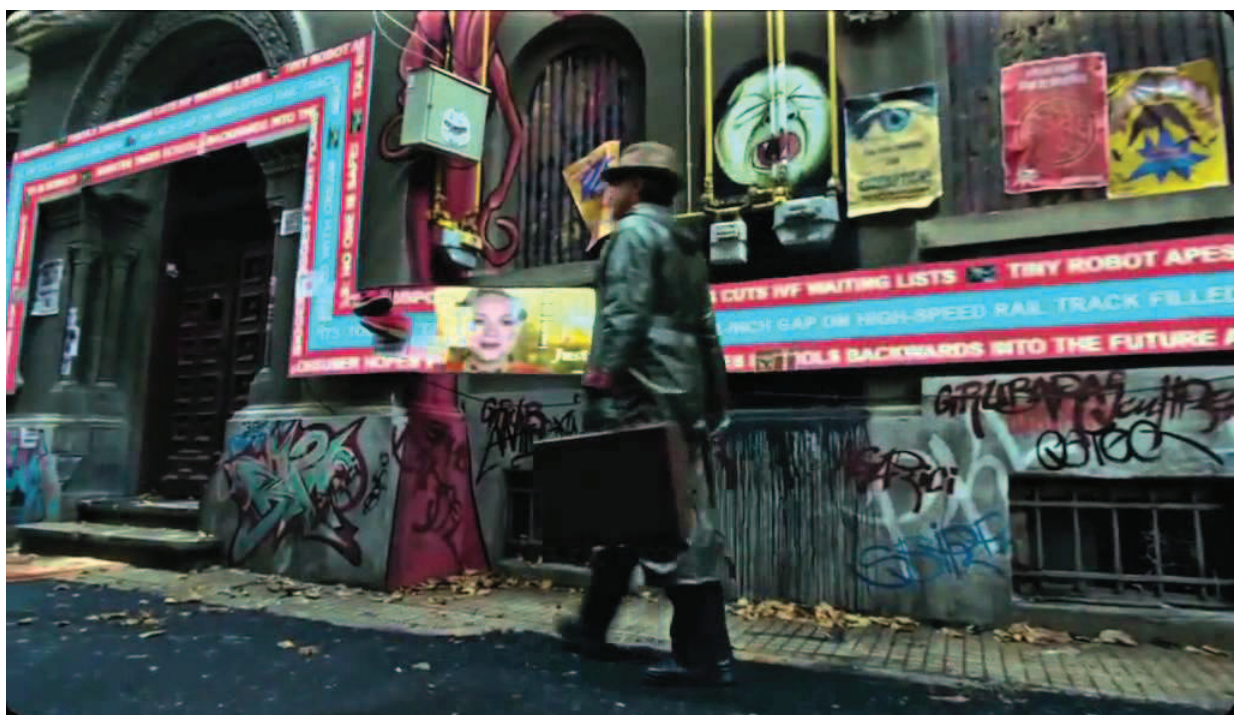
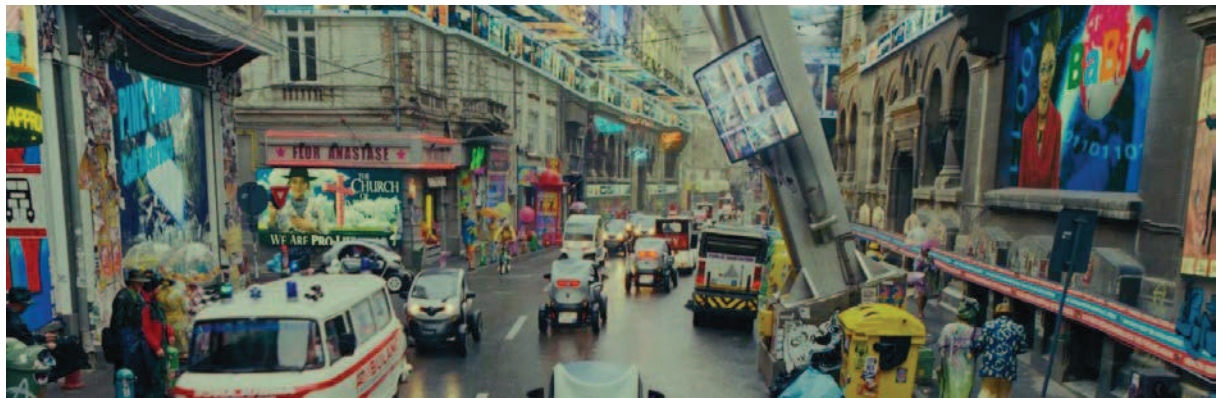


Figure 7.18 Terry Gilliam (réalisateur), *The Zero Theorem*, 2014, Londres dans un futur proche et les différents modes de diffusion de publicités. Sur l'image du bas, on remarque ces rails qui circulent dans la ville.

Le projet de jeu reprend le principe ingénieux de ces rails recouvrant murs, portiques, fenêtres et s'imposant aux passants. Ces publicités apparaissent ainsi sous la forme de vidéo. Elles contribuent à l'idéologie de l'univers, de la même manière qu'imaginée par *The Zero Theorem* - mais aussi de *GTA IV* et *V*, à la seule exception que dans le film de Terry Gilliam, l'exagération contribue à créer un monde possédant une cohérence propre dans ces différentes orientations. Ce procédé de création d'un univers alternatif, excentrique mais ayant pourtant une crédibilité vis-à-vis des représentations de la société contemporaine qu'il met en scène, correspond à la volonté d'imaginer cette société du jeu total dans *L'Envers du Décor*. *GTA IV* et *V* se différencient en ce que le décalage des publicités, par exagération et provocation, crée un univers dont les règles sont ensuite beaucoup plus proches de la réalité et du présent. Pour devenir critique, cet univers mériterait de ne pas seulement afficher des messages parodiques via des canaux qui sont finalement dissociés de ce que peut expérimenter le joueur à travers le *gameplay*.



Figure 7.19 Capture du projet sur laquelle on peut voir différents procédés publicitaires : affiches, écrans, rails vidéo, pancartes

The Zero Theorem offre un exemple de l'intention qui habite la construction de la ville dans le jeu. A cheval entre science-fiction et réalisme, ce film révèle un univers auquel le spectateur adhère tout en voyant apparaître la mise en scène dissonante et critique.

-O-O-O-

Images et sons

Les publicités, dans le projet, allient images mais aussi dimension sonore. En effet les sons possèdent également une dimension culturelle. Ils font tous, pour la majeure partie, l'objet d'une création originale du concepteur sonore Anthony Vérons. Son travail a consisté à se rendre dans des fêtes foraines, casinos, et chez des particuliers pour enregistrer des sons fidèles à l'ambiance du jeu. Ainsi les publicités construisent l'ambiance sonore cacophonique de la ville. Dans cet espace-là, le son n'est que stimulation, mettant en alerte le joueur. A l'image des casinos, bruits électroniques des machines à sous et des récompenses apparaissent à intervalles réguliers pour pousser le joueur à consommer.



Figure 7.20 Capture d'écran du mur Facebook de Phonik Studio (Anthony Vérons) passant une annonce pour enregistrer des sons de machines à sous.



Figure 7.21 Exemples de fenêtres « pop-up » sur Internet

Aucun « vide », aucun silence, tout n'est qu'excitation des yeux et des oreilles du joueur. A l'opposé, l'envers du décor semble, au premier abord, silencieux et calme. Il ne l'est pas pour autant. Bruits de machinerie au loin, d'électricité viennent rythmer l'ambiance de cet espace. Ici le silence est conçu de la même manière que cherche à le faire expérimenter John Cage dans son œuvre 4'33, c'est-à-dire inexistant. Le silence apparaît comme une dépollution sonore permettant d'entendre ce qui était inaudible jusqu'à présent. Quand il n'y a plus de distraction sonore, un nouveau monde musical s'offre au joueur. Egalement une ambiance musicale plus harmonieuse se fait entendre pour la première fois.

Chargé de symbolique, le son dans le jeu n'a pas qu'une fonction d'habillage sonore. Il participe également au *gameplay* de deux façons. Premièrement, le joueur, stimulé par des publicités intempestives s'affichant sur l'écran de ses lunettes, se voit proposer des défis. Encore une fois, l'image s'allie au son pour stimuler le joueur. Ces défis font partie du système de jeu et pousse ce dernier à les accepter pour consommer et rester dans la boucle ludique du premier système de jeu. Ces publicités intempestives sont à l'image de ces « spams » des fenêtres « pop-up »⁶⁰ sur Internet qui s'ouvrent et contraignent l'utilisateur à les voir, ou à cliquer dessus par inadvertance (Cf. figure 7.21). Dans le jeu, ces publicités disparaissent au bout de plusieurs longues secondes, ou bien lorsqu'un joueur répond à la stimulation en se rendant à la bonne station de mini-jeux pour accomplir le défi.



Figure 7.22 Deux publicités pop-up du projet, « Défi – Bonne Conscience » ou « Station – Bonne Humeur »

⁶⁰ Les fenêtres « pop-up » ont été créées par Ethan Zucherman afin de contrôler la gratuité d'Internet et faire de ces espaces des espaces marchands capables de rapporter de l'argent. Ethan Zucherman ne s'est aperçu que quelques années plus tard de la nuisance qu'il avait créée et s'est publiquement excusé auprès de tous les utilisateurs du web.



Figure 7.23 Système de « Pop-Up » du projet, apparaissant de manière aléatoire pour stimuler le joueur et empêcher sa progression.

Les publicités « pop-up » ont pour particularité de conditionner les actions du joueur, mais aussi de créer un sentiment de gêne et d'ennui qui peut le pousser à rejeter ce système. Leur fonction est donc principalement du côté de l'idéologie, mais elle est aussi de faire ressentir la perversion de ce système.

La deuxième manière dont le son participe au *gameplay* s'inscrit cette fois-ci dans une fonction contre-idéologique et hors du système de publicité du jeu. Lorsque l'avatar du joueur atteint l'état d'angoisse, sa jauge d'aspiration vide et détournée, l'ambiance sonore se transforme. Les sons se distordent et s'amenuisent pour laisser place à un appel musical. Celui-ci ressemble à une plainte à la manière d'une musique ontologique, réveillant chez le personnage un registre émotionnel jusque-là laissé de côté. Dans cette mélodie, se joue toute la différence entre stimulation et émotion. Cet appel musical, nostalgique mais aussi inquiétant, paraît venir d'un passé lointain et semble réveiller le personnage. C'est la première fois qu'une mélodie harmonieuse se fait entendre dans le jeu. Elle guide le joueur vers l'envers du décor et apparaît comme un indice supplémentaire le conduisant vers ce retournement du système idéologique du jeu. Le joueur doit donc se repérer à l'aide d'un indice sonore et non visuel pour trouver la brèche dans le décor. Plus il se rapproche de la source audio, plus la musique est audible. Pour réussir à l'entendre clairement, le joueur doit passer à l'intérieur de la tour « F.UN » et découvrir l'espace qui se dissimule derrière.

L'idée de créer cet appel musical est inspirée du jeu *Zelda, Ocarina Of Time* développé par Nintendo, conçu par Eiji Anuma, Yoshiaki Koizumi et Shigeru Miyamoto en 1995. Dans le niveau « Bois Perdu », le joueur se trouve dans un labyrinthe de clairières reliées entre elles par des tunnels. Chaque clairière présente au joueur plusieurs embranchements. Celui-ci doit choisir car un seul mène à bon port. A chaque mauvais choix, le joueur recommence à l'entrée du bois. Ainsi pour trouver son chemin, ce dernier doit tendre l'oreille et situer la mélodie des Skull Kids, habitants de la forêt.



Figure 7.24 Eiji Anuma, Yoshiaki Koizumi, Shigeru Miyamoto, *Zelda, Ocarina of Time*, 1995, capture d'écran du niveau « Bois perdu »

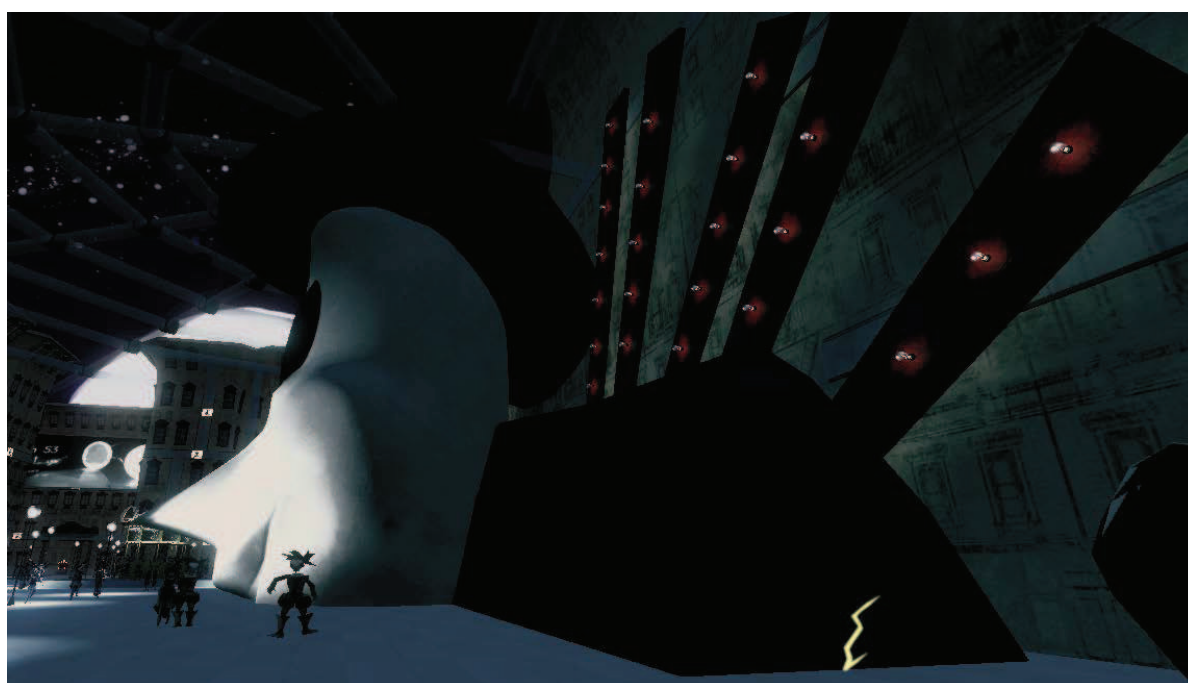


Figure 7.25 Capture d'écran du projet passage à l'intérieur de la Tour du Maître Hasard

Pour revenir aux publicités présentes dans le projet, et rester dans la dimension sonore du jeu, il est nécessaire de parler du rôle de la voix. Des auditions ont été organisées avec des acteurs⁶¹ afin d'enregistrer des slogans publicitaires. Nous avons souhaité avec Anthony Vérons travailler ces enregistrements pour les rendre légèrement électroniques. L'objectif ici est de pouvoir dissocier une voix légèrement transformée de celle humaine, claire et expressive telle qu'elle apparaît dans le monologue intérieur du personnage du dernier quartier. L'absence de parole de l'avatar ne semble pas avoir d'incidence jusqu'à ce que le dernier personnage puisse s'exprimer et raisonner avec la parole, à l'image d'une étape de plus franchie vers l'émancipation.

-0-0-0-

Textes

Les publicités présentent aussi du texte, dernier médium qui détient une importance considérable dans le projet. Celui-ci va se manifester de trois manières. Premièrement dans la ville, le texte est diffusé toujours par le moyen d'écrans. A travers l'omniprésence et l'exagération de la juxtaposition de ces objets – les lunettes de l'avatar faisant déjà office d'un premier écran à travers lequel il est possible de voir l'univers, mettant ainsi en abîme celui se tenant réellement devant les yeux du joueur – le texte va se faire l'allié de l'idéologie de la société du jeu total. Sa fonction est d'indiquer la « bonne » manière de jouer, voire de vivre.



Figure 7.26 Capture d'écran mettant en avant l'utilisation du texte à travers un écran

⁶¹ Les deux acteurs ayant prêté leur voix sont Alex Martinez et Célia Chabut.

A l’opposé, le texte apparaît d’une manière très différente dans les espaces de l’envers du décor – ce point est abordé à nouveau au chapitre 8. Dans ces contre-espaces, il retrouve une fonction littéraire hors des publicités et apparaît symboliquement de manière « manuscrite » par le changement de police de caractère. Sa fonction, hors des écrans, va à l’encontre de l’idéologie et contribue à une prise de conscience du joueur et de son avatar par le discours qu’il tient sur la société du jeu total. On retrouve ce procédé dans le jeu vidéo *Portal* d’Erik Wolpaw, Chet Faliszek, publié par Valve Corporation en 2007 qui met lui aussi en scène un envers du décor par d’autres procédés que la mécanique proposée ici.

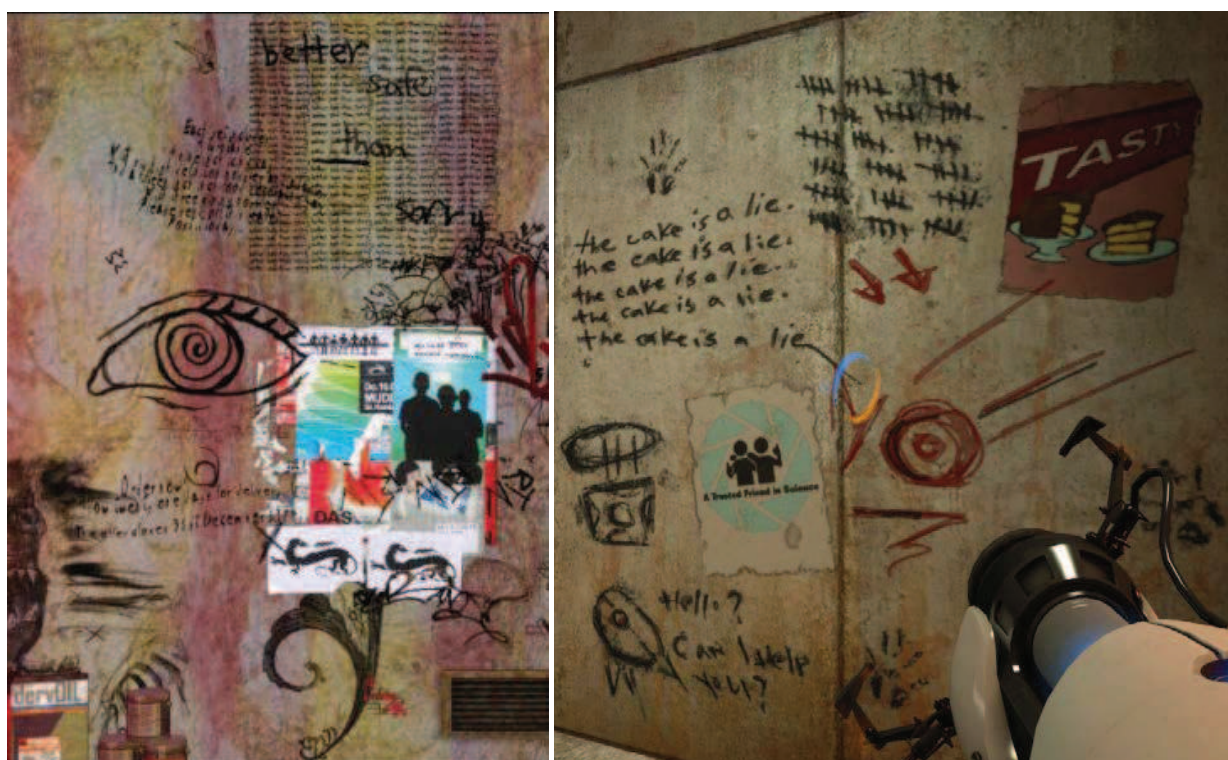


Figure 7.27 Erik Wolpaw, Chet Faliszek, *Portal*, Valve, 2007, captures d’écrans de ce qui se trouve dans les coulisses des salles de tests. L’image de gauche n’est pas sans rappeler la peinture de *L’œil du Cacodylate* de Francis Picabia

Le caractère d’hypermédium du projet se poursuit dans l’analyse et la construction de l’espace, qui permet de franchir définitivement le pas, de la fonction idéologique à celle émancipatrice, de cette ambition de créer une utopie vidéoludique, dont il est question au chapitre suivant.



Figure 7.28 Captures d'écran de textes écrits dans l'envers du décor

Chapitre 8

Penser le potentiel utopique des jeux vidéo

Des « architectures rhétoriques »

En 1516, Thomas More publie *De optimo rei publicae statu, deque nova insula Utopia*. Dès sa création, ce texte fondateur du genre, porte en lui l'ambivalence des utopies, définies à la fois comme des « *eu-topia* », le bon lieu, et des « *u-topia* », le non-lieu. Ces néologismes touchent aujourd'hui les jeux vidéo. Certains les interprètent comme des lieux où il fait « bon vivre », source de bonheur, d'égalité ou encore de communauté. D'autres y voient l'incarnation du « non-lieu » par excellence par leur caractère virtuel. Il est important d'examiner ces deux positions et de travailler la question de cette rencontre entre la notion d'utopie et jeux vidéo. L'objectif est alors d'examiner chacune de ces deux positions mais également de poser une définition de l'utopie afin de dépasser les considérations superficielles de ce concept, considéré aujourd'hui comme inutile et risible, symbole de l'irréalisable. Qu'est-ce qu'une utopie : un reliquat de la fonction de l'imaginaire ? La construction d'un programme socio-politique ? Ou bien la négation de ce qui peut exister ? En quoi est-il possible de rapprocher les jeux vidéo des utopies ? Peuvent-ils aujourd'hui représenter une de leur nouvelle forme contemporaine ? C'est par l'étude de l'espace vidéoludique que ces problématiques sont abordées. L'enjeu qui habite ce chapitre est de comprendre si l'*Artgame* peut dépasser le temps de la critique ou bien s'il est, lui aussi, pris dans un mouvement de négation et de destruction, à l'image de certaines œuvres avant-gardistes ? Peut-il incarner une esthétique émancipatrice et comment ? Ainsi, en poursuivant cette recherche, la compréhension de l'espace vidéoludique, qui s'inscrit comme l'un des médiums essentiels au déploiement d'une critique dans ces objets, conduit à remettre en question la notion d'Henry Jenkins d'architecture narrative, analysée au départ de ce projet, et de la déplacer vers le caractère rhétorique de ces espaces : en quoi les jeux vidéo peuvent-ils se faire l'incarnation

d'« architectures rhétoriques » ? En quoi cette notion permet d'ouvrir le potentiel utopique des jeux vidéo¹ ?

1. Les jeux vidéo, de « bons » lieux ?

Edward Castronova, ou encore Jane McGonigal voient dans les jeux, leurs mécaniques ou leurs espaces, les facteurs de conception de lieux idéaux. Sylvie Craipeau, sociologue, professeure à l'Institut National des Télécommunications, y voit même des terrains d'expérimentation de nouvelles règles, socialités et sensations. Les jeux vidéo apparaissent alors comme des « fabriques de bonheur », de plaisir, bref comme le remède au malaise de la culture. Représentent-ils dès lors des mondes alternatifs ? Incarnent-ils l'utopie du bon lieu, à travers l'éloge de la fuite, de l'exode d'un monde physique vers un, plus virtuel, ou fictionnel ? La *gamification* participe de la conception de cette utopie néolibérale du 21^e siècle, où il est possible de faire disparaître toutes les contraintes du monde physique – son corps, son environnement et surtout autrui – en plongeant son regard et son esprit dans des univers fantastiques. Pourtant, ce sont bien des espaces dématérialisés que mettent en scène les jeux vidéo : comment sont conçus ces lieux virtuels de bonheur ? En quoi apparaissent-ils comme des lieux idéaux, comme des cités, des pays, des terres entières pouvant accueillir des millions de joueurs ?

1.1 Une fabrique de bonheur ?

Sylvie Craipeau, dans son article « Les jeux vidéo, des utopies expérimentales », traite de la possibilité de voir dans ces objets numériques des lieux d'expérimentation qui en feraient des utopies.

Les jeux vidéo seraient donc le lieu où l'on pourrait, parce que l'univers est plus simple, mieux contrôlable, rétablir une égalité et une justice des règles en défaut de la société réelle.

¹ Ce chapitre reprend les bases d'un travail préliminaire présenté au colloque Ludovia « Imaginaires et promesses du numériques », session « Imaginaires ludiques » à Ax-Les-Thermes en 2013, et ayant fait l'objet d'un article co-écrit avec Emmanuelle Jacques. Cf. C. SIEGEL, E. JACQUES, « Les jeux vidéo, utopies contemporaines ? » disponible en ligne (consulté le 11.09.15) à l'url suivant : http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo13/Siegel_Jacques_Ludovia_2013.pdf.

Comme le constate un joueur « le jeu est un monde finalement beaucoup plus simple que le nôtre, et les récompenses on les a tout le temps » (Avinat).²

En cherchant à distinguer les plaisirs, qui apparaissent dans ces lieux vidéoludiques, des addictions, Sylvie Craipeau s'intéresse exclusivement aux pratiques des joueurs qui trouvent refuge dans les jeux vidéo. Elle constate que ceux-ci accèdent à un nouveau mode de socialité dans ces univers, en particulier dans les MMORPGs. Ce genre de jeux, plus facile, plus accessible et plus gratifiant, se trouve privilégié face à la réalité. Ainsi, à défaut de maîtriser leur vie concrète, les joueurs maîtrisent le jeu, les règles et effectuent des performances à l'aide de longues heures d'entraînement. Ils peuvent à volonté « apparaître ou disparaître du monde »³. Si les joueurs sont engagés dans ces univers et prennent part à de nombreux événements, ils sont par opposition déresponsabilisés du monde réel.

La pratique de ces jeux renvoie l'individu sommé de devenir acteur de sa propre vie au principe d'un contrôle de soi en même temps qu'à de nouveaux modes d'être ensemble. L'explosion des addictions ne fait-elle pas écho à cette nouvelle forme sociale de la responsabilité et de l'initiative dont on sait le lien qu'elle entretient avec la dépression, cette maladie de la modernité ? L'effacement du corps, la dégradation des sens en stimulations sensorielles signalent la perte de l'engagement de soi envers la société.⁴

Si Sylvie Craipeau repère bien les symptômes du désenchantement du monde et le désengagement des joueurs vis-à-vis de cette société qui semble ne rien avoir à leur apporter, plutôt que de pencher vers le constat pessimiste des phénomènes de l'addiction, sa préférence va à l'observation de la reconstruction de communautés à l'intérieur de ces mondes virtuels. En effet, elle y voit la manifestation de la division du travail, où chacun doit trouver sa place et contribuer à échelle plus globale à une guild, représentant alors une « entreprise ». Selon elle, les pratiques des joueurs témoignent de la recherche de la création d' « un autre monde »⁵.

A ce titre, le jeu vidéo apparaît comme un espace d'expérimentation de nouvelles règles sociales, qui reposent tout particulièrement sur l'autonomie et la faculté de coopération, sur

² S. CRAIPEAU, « Les jeux vidéo, utopies expérimentales », in *Psychotropes*, 2009/1 (Vol 15), Paris, De Boeck Supérieur, 2009, p. 12.

³ *Ibid.* p. 7.

⁴ *Ibid.* p. 8.

⁵ *Ibid.* p. 10.

la priorité donnée à l'action, sur la place centrale qu'occupent les compétences et les habiletés de chacun dans un monde d'égaux.⁶

Les joueurs apparaissent comme libres d'expérimenter dans ces univers de nouvelles règles. Cependant, Sylvie Craipeau note le paradoxe de ces univers, dont les « nouvelles » formes de socialité sont aussi un moyen d'apprentissage de règles libérales⁷. Sylvie Craipeau conclut alors son article, en ce que les jeux vidéo offrent « un monde à l'échelle de l'individu, un monde simple et compréhensible, espace d'expérimentation de soi et de la société »⁸. Il s'agit pour elle de « lieux transitoires » dans lesquels les joueurs peuvent faire leurs preuves, mais aussi trouver le réconfort absent du monde extérieur.

S'il est vrai que les communautés de joueurs peuvent se réunir et travailler à la création de microsociétés, les jeux vidéo en sont-ils pour autant des utopies ? Sans revenir sur la définition de l'« utopie », Sylvie Craipeau voit dans les jeux vidéo l'ambiguïté de ces « fabriques de bonheur »⁹ à la fois dispensatrices de possibles pour les joueurs, mais aussi d'addictions et de rejet du réel pour d'autres.

Les concepteurs de jeux cherchent le moyen d'attirer de nouveaux clients et de les fidéliser en créant volontairement de la dépendance. Ainsi, *World of Warcraft*, a clairement une structure de récompense consciencieusement fabriquée et addictive. Le jeu en lui-même continuera d'évoluer et de proposer de nouvelles quêtes afin de faire perdurer le système d'abonnement mensuel qui le lie au joueur.¹⁰

Aussi le caractère libéral des règles proposées n'est pas remis en question et ouvre ainsi la porte au doute du caractère utopique de tels jeux, dont l'industrie se fait la complice en provoquant volontairement l'addiction de ses joueurs. La règle détient également une place importante dans le discours de Sylvie Craipeau. Elle souligne que c'est par elle que les joueurs expérimentent. Ceci laisse supposer que ces règles, qui ici font offices de lois, permettent la construction de sociétés virtuelles, de ces « *eu-topia* » dans lesquelles le joueur préfère vivre plutôt que de s'investir et de s'engager dans le réel.

La position de Sylvie Craipeau ne prend pas parti sur cet exode qui trouve des échos avec celle décrite par Edward Castronova. En effet, en tenant compte de ces deux textes, il est

⁶ *Ibid.* p. 11.

⁷ *Ibid.* p. 14.

⁸ *Ibid.* p. 52.

⁹ *Ibid.* p. 3.

¹⁰ *Ibid.* p. 39.

possible de considérer les jeux vidéo comme des terres de « bonheur », capables de délivrer des plaisirs au joueur, de restaurer une égalité, d'oublier que le monde extérieur est là, dans sa violence, autrement dit de vivre dans l'illusion d'un monde parfait, dans une « matrice » préférable aux difficultés de la réalité. En cela, les jeux vidéo, peuvent, en apparence, ressembler à des utopies. Egalement, le discours de Jane McGonigal, analysé au chapitre 1, relève d'un véritable programme faisant du jeu un nouveau territoire qu'il est nécessaire d'investir et d'étendre à la totalité des activités quotidiennes. Après tout, pourquoi ne pas saisir ce jeu que tous semblent préférer et construire une vie parfaitement équilibrée d'objectifs, de défis, et de récompenses à l'intérieur du cercle magique ludique ? Qu'il soit numérique ou situé dans un espace physique, le jeu, dans les travaux d'Edward Castronova et de Jane McGonigal, porte la même ambition : construire une utopie et incarner le meilleur des mondes.

Bien entendu, les considérations et précédentes analyses sur la *gamification* révèlent une toute autre image de ces utopies vidéoludiques. La fabrique de bonheur décrite par Sylvie Craipeau – et déjà pressentie par la chercheuse comme une fabrique de consentement – témoigne d'une aliénation des individus à des mécanismes capables de les rendre fonctionnels dans une idéologie néolibérale. Egalement, ces « règles », qui permettent d'expérimenter, dissimulent des mécanismes que le joueur incorpore, et amènent à douter de la supposée liberté que le jeu déploie à l'intérieur de ces « lieux » de conditionnement. Pourtant la question des utopies persiste en ce que les jeux sont bel et bien des espaces à part, des territoires vierges que l'homme est libre de coloniser comme il l'entend. Le caractère spatial de ces objets est à interroger. Peut-on y voir des « espaces autres », porteurs d'une différence ou d'un changement radical ? Leur virtualité peut-elle refléter cette extraction du jeu vidéo de la réalité ?¹¹

¹¹ Ces questions ont déjà été abordées dans l'ensemble de ce travail de recherche. Cependant l'orientation de la question autour de l'espace et de sa construction fait encore défaut, et c'est particulièrement sous cet angle-ci que ces problèmes sont abordés, permettant de faire apparaître de nouveaux enjeux dans ce prisme sociétal complexe que représente le jeu vidéo.

1.2 Des espaces « autres », virtuels et concrets à la fois

Les jeux vidéo sont construits à la manière de cités et sont nourris par l'urbanisme et l'architecture. Les *game design patterns* inspirés de Christopher Alexander révèlent une affiliation entre la construction de ces territoires vidéoludiques et les mécaniques de *gameplay*. En élargissant le concept, Staffan Björk traite bien de l'interrelation du corps de l'avatar du joueur dans un espace. Les modèles de conception ludique de l'ennemi traduisent d'une certaine manière comment le joueur appréhende l'espace dans lequel ses opposants se positionnent. Ils constituent d'ailleurs des « obstacles » tout aussi physiques et concrets que les murs invisibles sur lesquels le joueur peut entrer en collision. Ainsi, ils participent à la cartographie d'un espace une fois que ces mécaniques se trouvent incorporées dans l'environnement du jeu où les joueurs vont devoir se déplacer et passer les niveaux. Tout ce vocabulaire conduit aussi à interpréter les jeux en termes d'espace.

Comme dit plus haut, les jeux vidéo sont construits à la manière de cités et témoignent en cela d'une possible affiliation avec les utopies qui imaginent de nouveaux lieux, souvent insulaires et en apparence totalement déconnectés du monde – c'est le cas notamment de celle de Thomas More. De Nicolas Ledoux à Christopher Alexander, ou encore Walt Disney, les jeux vidéo sont les héritiers des ambitions utopiques des architectes et urbanistes. Déjà évoqué au chapitre 1, la narration environnementale emprunte ses procédés aux parcs d'attractions. EPCOT, mais aussi Celebration¹², sont deux espaces conçus comme des utopies et témoignent de la volonté de Walt Disney de créer un monde à son image, isolé et protégé du reste. Christopher Alexander, lui, propose une forme d'utopie immanente, qui parcourt l'ensemble des sociétés et s'inscrit dans les pratiques de chaque citoyen. Henry Jenkins fait reposer sa proposition du procédé du *game design* architectural sur le traité d'urbanisme de Kevin Lynch, *The Image of The City*. Pour Jenkins, les concepteurs de jeux vidéo sont des sculpteurs d'espaces, des architectes, qui ont le devoir de connaître cette théorie.

In his classic study, The Image of The City, Kevin Lynch made the case that urban designers needed to be more sensitive to the narrative potentials of city spaces, describing city planning as "the deliberate manipulation of the world for sensuous ends." [...] Game designers would do well to study Lynch's book, especially as they move into the production

¹² Célébration est une ville privée américaine fondée en 1994, se situant en Floride, administrée par l'entreprise Walt Disney. Elle reprend le projet EPCOT de Walt Disney et en assure sa réalisation en instaurant un mode de vie traditionnel et réglementé.

*of game platforms which support player-generated narratives. In each of these cases, choices about the design and organization of game spaces have.*¹³

Le traité de Kevin Lynch regorge de procédés de conception d'espace qui sont, selon Henry Jenkins, ceux de « bons lieux » applicables aux parcs d'attractions et aux jeux vidéo. En faisant le lien avec les « *eu-topia* » que semblent incarner les jeux vidéo, et le rôle d'architecte que prête Henry Jenkins au *game designer*, ces concepteurs sont-ils investis de la création d'utopies technologiques contemporaines attendues par les individus actuels ?

Dans les propos d'Henry Jenkins, la même dimension que celle de Staffan Björk apparaît, à savoir la création d'espace narratif dans lequel le joueur peut comprendre, et dans lequel il peut se repérer et agir. Ainsi, le propos de Kevin Lynch, dont le point névralgique est la notion d'« imagibilité », renoue avec l'aspect utilitariste de l'espace.

Tout comme cette page imprimée est lisible si on peut la percevoir comme un canevas de symboles reconnaissables et liés entre eux, de même une ville lisible est celle dont les quartiers, les points de repère ou les voies sont facilement identifiables et aisément combinés en un schéma d'ensemble.¹⁴

Tirées de l'étude de trois villes, Boston, Los Angeles et Jersey City, par un système d'étude du terrain et d'enquêtes auprès des habitants, le travail de Kevin Lynch permet de prendre conscience de la manière dont l'espace oriente son habitant. La ville est parcourue de voies, de nœuds, de quartiers, de points de repères qui vont contribuer à la construction et à la compréhension de l'espace dans lequel il se situe. A travers cette notion, c'est un champ de recherche plus large que celui-ci, proposé par Henry Jenkins, qui apparaît. Si ce texte reste, lui aussi, essentiellement inscrit dans une fonction de « repère » pour l'habitant, il recèle en lui l'idée que l'espace est porteur de messages et de symboles, et pourrait ainsi se faire l'image de la cité en ce qu'il incarnerait ses discours et ses valeurs. L'imagibilité, quant à elle, constitue la représentation mentale qu'un habitant, un citoyen, incorpore de la ville à travers son déplacement à l'intérieur de ce lieu. Cette représentation mentale peut-elle jouer le même

¹³ H. JENKINS, « Game Design as Narrative Architecture », *op. cit.*, p. 129.

[Traduction de Maxime Cervulle] Ces choix contribuent à produire un espace narratif lisible. Dans son ouvrage désormais classique, *The Image of the City*, Kevin Lynch affirme que les urbanistes doivent être plus sensibles aux potentiels narratifs des espaces urbains, décrivant la programmation urbaine comme « la falsification intentionnelle du monde à des fins sensorielles ». [...] Les concepteurs de jeu feraient bien d'étudier le livre de Lynch, d'autant qu'ils s'orientent de plus en plus vers la production de jeux de plateforme autorisant des récits générés par le joueur.

¹⁴ K. LYNCH, *L'Image de la Cité*, Paris, Dunod, 1999, p. 3.

rôle que les idéologèmes ? L'imagibilité oriente-t-elle par l'influence du corps physique d'un individu dans l'espace, ses idées ?

Si l'espace d'une ville est construit de manière à faire apparaître des représentations mentales chez son habitant et à diffuser des valeurs, les jeux vidéo, par leur affiliation, se construisent de la même manière. Ici le corps physique est engagé à travers un avatar qui lui permet d'accéder à un sentiment de présence telle que le décrit Jean-Baptiste Clais, ethnologue et conservateur du patrimoine au musée du Louvre en charge des cultures transmédia contemporaines, et Mélanie Roustan, ethnologue et sociologue au Centre de Recherches sur les Liens Sociaux, dans *La Pratique du Jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*

Le sujet finit par gommer la distance aux choses matérielles et aux images, dans l'interactivité. Il parvient à faire corps (et âme ?) avec le jeu... à en oublier tout le reste, pour un temps. Mais cette expérience est aussi fonction de la nature du jeu et de sa qualité.¹⁵

La question de l'espace soulève nécessairement la question du corps du joueur et de son implication dans le jeu. Pour Mélanie Roustan, le joueur incorpore « [...] la dynamique d'un espace et d'un matériel informatique, la dynamique d'une interface et d'un *gameplay*, la dynamique d'un jeu, voire d'un personnage »¹⁶. Cette question du corps implique nécessairement d'aborder la distinction entre réel et virtuel, qui constitue d'ailleurs la thématique de l'article de cette sociologue. Le virtuel ne saurait s'opposer au réel. Il est un mode de rapport au réel, au même titre que la fiction, ou l'imaginaire. En ce sens, les jeux vidéo fabriquent des réalités virtuelles, autrement dit « [...] une fusion éphémère entre un ressenti « réel » en interaction avec un monde « virtuel » [...] »¹⁷. Le jeu vidéo joue sur les deux tableaux à la fois, pourtant le lieu physique qu'il recrée reste un espace numérique, dématérialisé, qui projette la présence du joueur dans un monde virtuel et lui transmet des sensations physiques. Celui-ci « se déplace » ainsi dans un environnement numérique, alors que tout ceci n'est que la métaphore d'une manière de communiquer avec un programme et une machine. Presser les touches du clavier ou incliner le stick directionnel d'un *joystick* traduit non plus l'*input* mais correspond, dans l'esprit du joueur, à la même action que de commander le mouvement de ses jambes. Par conséquent, le pouvoir d'illusion et de

¹⁵ J-B. CLAIS, M. ROUSTAN, « « Les jeux vidéo, c'est physique ! » Réalité virtuelle et engagement du corps dans la pratique vidéoludique », in. *La Pratique du Jeu vidéo : réalité ou virtualité ?* collectif sous la direction de Mélanie Roustan, Paris, L'Harmattan, 2003, p. 48.

¹⁶ *Ibid.* p. 46.

¹⁷ M. ROUSTAN, « Introduction », in. *La Pratique du Jeu vidéo : réalité ou virtualité ? op. cit.* p. 17.

métaphore est tel, que c'est bien le joueur qui se déplace, qui perd de la vie, qui tombe, ou qui meurt, alors que toutes ses actions sont adressées et ressenties par l'intermédiaire d'un avatar. Le lien entre le joueur et l'espace vidéoludique est si fort qu'il apparaît comme une prothèse et un filtre qui participent à cet exode décrit par Edward Castronova. Les joueurs ressentent et réfléchissent à l'intérieur de ces espaces.

L'orientation des ressentis du corps du joueur, de ses déplacements et de ses idées rappelle la notion d'affordance. Les formes physiques présentes dans le jeu vont pousser le joueur à avoir certains comportements. L'« orientation » est alors ambiguë et rend nécessaire l'analyse de cette influence du corps et des idées, notamment en comprenant les mécanismes de l'espace. Comment l'espace, virtuel et vidéoludique, participe et génère des émotions capables de convoquer le corps et d'inciter les comportements du joueur ? Ces configurations de l'espace entretiennent les possibilités de créer ces lieux considérés comme « idéaux ». Ils offrent des espaces d'expérimentation de traités d'architecture ou d'urbanisme qui ne sont pas effectifs dans la vie quotidienne du joueur. En cela, ils possèdent un caractère utopique au service du bon dosage, fictif, entre sécurité et danger.

L'artiste-concepteur Christopher Totten a pour domaine d'expérimentation le *level design*, c'est-à-dire la conception des niveaux du jeu, soit l'espace et son agencement. Son point de vue particulier s'oriente autour d'une combinaison des propos d'Henry Jenkins, de Kevin Lynch mais aussi de Ian Bogost, ce qui le conduit sur le territoire de la création de jeux vidéo persuasifs et engagés pour le changement sociétal. Sa recherche porte alors sur les affinités entre l'architecture et le *game* ou *level design* : elle fait le lien entre les différentes théories préalablement citées. Selon lui, le *level design* se construit autour de trois piliers, originaires de l'architecture romaine : *firmitas* (stabilité), *utilitas* (utilité), *venustas* (attraction).

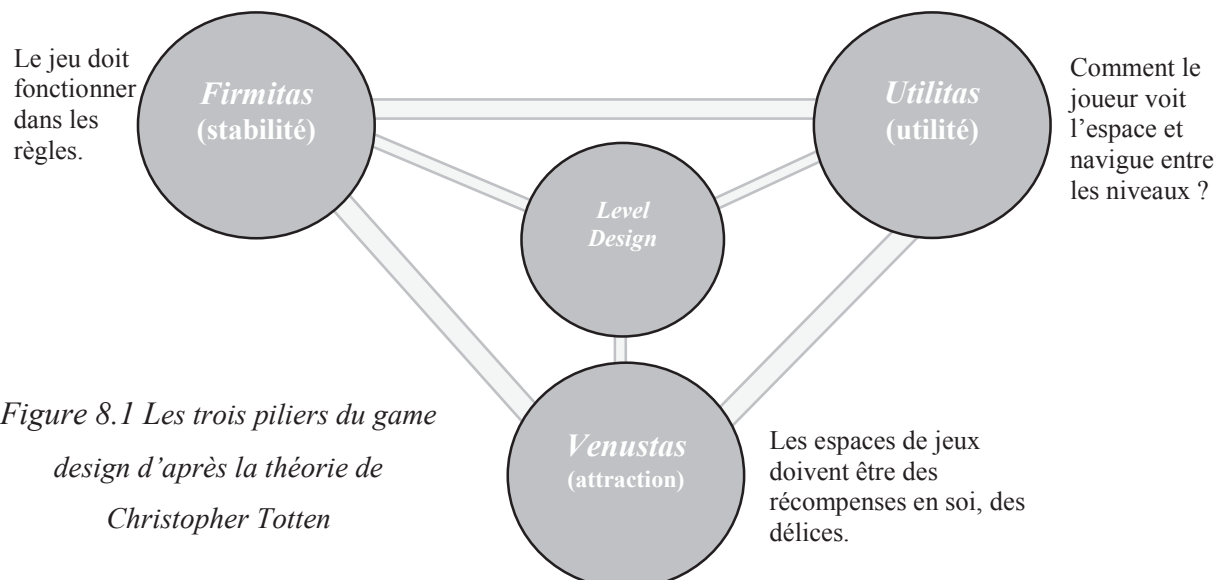


Figure 8.1 Les trois piliers du game design d'après la théorie de Christopher Totten

Ensemble, ces trois pôles permettent de construire des espaces dont les règles assurent le fonctionnement du système, ont une utilité pour le joueur, et surtout apparaissent comme des récompenses. Son point de départ est anthropologique. Dans son article « Designing Better Levels Through Human Survival Instincts »¹⁸, Christopher Totten part du constat que l'architecture a pendant des siècles tourné autour de la création d'expériences humaines de plaisir à travers l'espace. Ce plaisir vient en partie de la création d'un sentiment de sécurité, qui rappelle les refuges, les cavernes, des premiers hommes. Selon lui, l'objectif du *level design*, dans un jeu vidéo, est de créer des espaces qui permettent l'équilibrage entre danger et sécurité. Le jeu se construit autour d'un état idéal que le joueur perd et cherche à retrouver. Par conséquent, toutes les quêtes vidéoludiques tournent autour de cette reconquête de la sécurité par la déstabilisation d'un premier système parfait¹⁹. Cette idée de sécurité, déjà évoquée au chapitre 3, trouve un écho dans le texte de Jean-Claude Michéa, en référence à cette « vie tranquille », à cette « aspiration au repos » qui caractérise les idéologies modernes, où tout sacrifice s'efface pour garantir la « conservation de soi »²⁰. Les jeux vidéo agissent alors sur ce mécanisme et le *level design* se définit comme une « machine à vivre » et « une machine à mourir »²¹ : il est créateur de tension maintenant la motivation du joueur vers la recherche de cet idéal de repos inculqué.

Christopher Totten, dans *An Architecture approach of level design* propose une analyse minutieuse de l'agencement de l'espace et de la création expérientielle et émotionnelle de la mise en condition du corps du joueur par l'entremise de son avatar. Par exemple, il détaille trois tailles d'espaces et démontre comment celles-ci vont avoir des conséquences sur l'état du joueur.

- Un espace restreint va donner le sentiment, chez son occupant, d'une limitation de mouvement et d'action. Il va engendrer un sentiment de vulnérabilité. Le joueur se sent incapable de se défendre. Il a peu de moyen d'échapper à la menace et l'ennemi devient comme un mur pour lui.

¹⁸ C. TOTTEN, « Designing Better Levels Through Human Survival Instincts », *Gamasutra*, 2011, disponible en ligne (consulté le 16.09.15) à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/view/feature/134779/designing_better_levels_through_php.

¹⁹ Christopher Totten emprunte cette idée au *Voyage du Héros* de Joseph Campbell, *Ibid*.

²⁰ J-C. MICHEA, *L'Empire du Moindre Mal*, *op. cit.*, p. 29.

²¹ C. TOTTEN, *op. cit.*, « [...] the game level should be the machine for living, dying, and creating tension by exploiting everything in between »

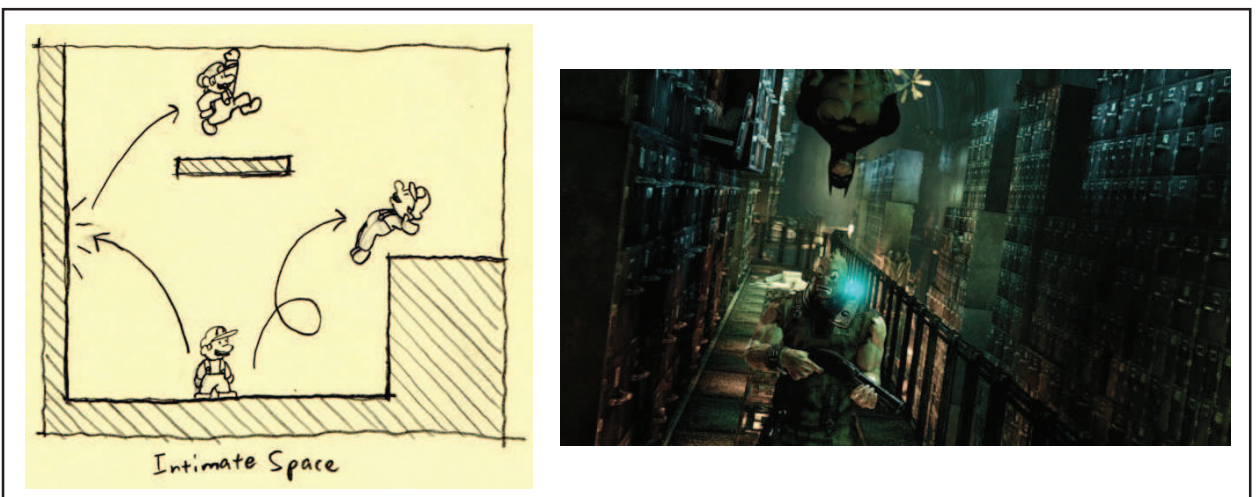
[Traduction] Le niveau du jeu devrait être une machine à vivre, à mourir et à créer des tensions en exploitant tout ce qui se situe entre ces deux états.



8.2 Christopher Totten, « *Designing Better Levels Through Human Survival Instincts* », croquis d'un espace restreint

8.3 Frédéric Raynal, *Alone In the Dark*, 1992

- Un espace intime va permettre au joueur de n'être ni limité ni perdu dans l'environnement. Tout est à portée de main, il se sent maître de la situation.



8.4 Christopher Totten, « *Designing Better Levels Through Human Survival Instincts* », croquis d'un espace intime

8.5 Rocksteady studios, *Batman Arkham Asylum*, 2009

- Un espace ouvert, opposé à l'espace restreint, génère pourtant le même genre de sensations de danger et de peur. Selon Christopher Totten, ce type d'espace réveille les instincts de survie issus du nomadisme. La traversée de grands espaces, à la vue des prédateurs, reste pour ce concepteur gravé dans les gènes des hommes.



8.6 Christopher Totten, « *Designing Better Levels Through Human Survival Instincts* », croquis d'un espace ouvert

8.7 Croteam, *Serious Sam : premier contact*, 2001

Pour Christopher Totten, les espaces vidéoludiques, par leur capacité à agir sur le joueur et à l'engager dans des actions, déploient des rhétoriques véhiculées par leurs émotions, leurs symboles, et leur taille. Le jeu de lumière et d'ombre en sont aussi les moyens de diffusion. La réflexion de Christopher Totten, sur la conception de « bons lieux », le conduit à amorcer un travail au potentiel plus critique, proposant non plus une architecture narrative, comme dans le discours d'Henry Jenkins, mais persuasive.

In games, narrative descriptors contained within a game's dialog, art, and symbolism interact with formal and structural elements of game levels – rules of movement and the construction of the gamespace. Understanding how these work together helps us discern how to create meaningful game levels [...]. This turns game levels into systems of rhetoric, the art of communicating ideas through discourse. ²²

²² C. TOTTEN, *An Architectural Approach to Level Design*, Boca Raton, Floride, CRC Press, 2014, p. 46.

[Traduction] Dans les jeux, les descriptions narratives contenues dans les dialogues, les images, et le symbolisme interagissent avec des éléments formels et structurels des niveaux du jeu - règles de circulation et construction de l'espace ludique. Comprendre comment ces éléments fonctionnent ensemble contribue ainsi à discerner les possibilités de création de niveaux de jeu signifiants [...]. Cela transforme les niveaux de jeu en des systèmes rhétoriques, l'art de communiquer des idées à travers un discours.

Si Christopher Totten ne va pas au bout de ce raisonnement, *An Architectural Approach to Level Design*, contient les prémices d'une conception critique de l'espace et déplace ainsi la question utopique des « bons lieux », qui, par leur caractère virtuel, semblent déconnectés du réel, vers celle du sens et du discours. En rapprochant cette théorie, inspirée de la rhétorique procédurale de Ian Bogost, du point de vue des deux chercheurs Laurent Trémel et Tony Fortin, il est possible de remettre en question la dimension utopique des jeux vidéo telle que définie auparavant. L'objectif n'est plus de voir dans les espaces vidéoludiques ces « bons lieux » mais des projections fantasmées de la société contemporaine et la construction de représentations mentales dans l'esprit du joueur. En d'autres termes, lorsque Laurent Trémel et Tony Fortin proposent de voir dans les jeux vidéo des « hétérotopies »²³, c'est en qualité de miroirs des valeurs sociétales dissociées de l'espace commun.

Comme placé devant un miroir, « l'espace de jeu paraît une utopie dans laquelle je ne suis pas réellement » - une planète imaginaire, une île paradisiaque, une cité totalitaire – mais en même temps, le passage à ce point utopique est nécessaire pour me rappeler mon identité ou la normativité de tel comportement face au réel.²⁴

Les jeux vidéo méritent alors de n'être pas seulement considérés comme des architectures narratives, mais aussi comme des « architectures rhétoriques ». Cette notion permet d'ouvrir le potentiel utopique des jeux vidéo dans une autre dimension : celle de la critique et de la dialectique entre l'imaginaire et le réel.

²³ Cette notion d'hétérotopie fait référence au philosophe Michel Foucault, qui dans *Le Corps Utopiques, les Hétérotopies* (Paris, Nouvelles Lignes, 2009), développe les possibilités concrètes d'espace « absolument autre » et pourtant bien réel. Ainsi, ces lieux sont en retrait, ou bien en marge de la société, tout en trouvant une place justifiée à l'intérieur de celle-ci. Le peu de description, que donne Michel Foucault sur les hétérotopies, laisse l'esprit libre de les penser comme des espaces « autres » mais jouant les scènes idéologiques contemporaines ou bien pouvant se manifester comme critiques. En amorçant une « science hétérotopologique » (p. 25), Michel Foucault propose différents exemples. Cet « absolument autre » (p. 23) décrit le rapport dialectique entre l'imaginaire des hommes et un ancrage dans des lieux réels. Les hétérotopies peuvent être comparées à la transfiguration d'espaces au cœur desquels les perspectives de l'individu contemporain sont transformées, changées par les règles et les valeurs mises en jeu. Le cinéma, le théâtre, l'asile, le cimetière, le Club Med ou encore les prisons sont autant d'hétérotopies. L'exemple du cimetière est l'autre lieu par excellence. Le temps ne s'y écoule plus. Les squelettes sont individualisés et respectés solennellement depuis le 17^e siècle, justement au moment où l'athéisme se développe de plus en plus. Le quadrillage formé par le cimetière, situé depuis le 19^e siècle en bordure des villes, délimite un espace à part où se joue une rupture. Les grilles du cimetière délimitent un espace intime de recueillement, un lieu de conservation, de mémoire et de deuil. C'est un lieu qui contraste avec le cours du monde, avec son rythme effréné. Le cimetière est une hétérotopie qui permet de créer un lieu de repos qui finalement prend l'allure d'une promesse, celle d'un ailleurs, un au-delà bien réel venant remplacer celui spirituel.

²⁴ L. TREMEL, T. FORTIN, *Mythologies des jeux vidéo*, op. cit., p. 30.

Construction d'un espace idéologique, symbolisant l'enfermement du joueur

Il n'est pas ici question de revenir sur la qualité d'hétérotopie qui habite les jeux vidéo, ni-même sur ce qui fait de mon projet, par des aspects volontaires et travaillés, le miroir des idéologies dominantes, ce point a déjà été, à plusieurs reprises, abordé. Cependant, la manière dont l'espace contribue à la création de sens, d'émotions, mais aussi à la diffusion de symboles et de discours, est une question qui n'a pas jusque-là été travaillée en ces termes. Ce sont donc deux points autour du projet que je propose de traiter dans ce chapitre pour expliquer comment l'espace, tout autant que les règles, les images, la musique et les textes, déploie une rhétorique dans *L'Envers du Décor*. Ce premier point porte essentiellement sur la ville, le second un peu plus en aval, lui, permet de traiter de l'envers du décor et de décrire la dimension utopique qui parcourt ce projet vidéoludique.

L'espace global du jeu représente une île et rappelle par ce choix l'insularité des utopies. Cette insularité, comme le souligne Frédéric Rouvillois, ne prend pas nécessairement la forme d'une île²⁵ et peut apparaître sous la forme d'espaces clos, des villes ou des complexes, coupées du reste du monde et protégées. Ce choix de clôturer l'espace est symbolique de la création d'un environnement restreint permettant de saisir l'ensemble de la société du jeu total dans un espace « sous-contrôle »²⁶. Sous sa forme idéologique, dans le premier système de jeu, cet environnement vidéoludique fait aussi référence aux utopies actuelles qui voient de plus en plus le jour, comme la construction d'une ville entière avec le projet Zee-Town de Mark Zuckerberg, créateur de Facebook, ou encore le complexe immense du campus Apple. La construction de ces espaces « insulaires », par leur délimitation, témoigne de la création de « bons lieux », dont les affaires de ces multinationales peuvent aussi être protégées d'une partie du jugement du monde et des contraintes de ses règles extérieures. Similaire au projet *Celebration* de Walt Disney, ces utopies néolibérales du 21^e siècle témoignent du fantasme d'espaces d'appropriation dont les lois sont à réinventer, niant ainsi leurs racines historiques et leur inscription actuelle dans une société complexe. Ainsi, l'île de la société du jeu total abrite une ville et ses trois quartiers différents. La ville est elle aussi en lien direct avec la question des utopies en ce qu'elle est, selon Jean Marc Stébé, dans *Qu'est-ce qu'une utopie ?*, le pur produit de l'humain et révèle que celui-ci possède la

²⁵ F. ROUVILLOIS, *L'Utopie*, Paris, Flammarion, 1998, p. 28.

²⁶ Il est ici référence à la notion d'« enclave » de Fredric Jameson, dans *Archéologies du Futur, Le désir nommé utopie*, Paris, Max Milo ; 2007, p. 46, dont il est question plus bas dans ce chapitre.

connaissance, la force et le pouvoir d'édifier un cocon protecteur²⁷. Pour l'auteur, les utopies fantasment une création vierge, à partir de rien, incompatible avec la réalité historique. Ainsi de cette manière, il n'est pas étonnant que les jeux vidéo accomplissent ce fantasme du « bon lieu », en tant que territoires infinis, innombrables, proposant des espaces, en apparence, « libres » de toute attache au réel. Tout comme pour Christopher Totten, la ville apparaît, ici, comme l'espace abritant la civilisation humaine, face à l'état sauvage de la nature, et démontre à la fois l'impétuosité des hommes qui lui tiennent tête, tout en cherchant à préserver leur espèce.

Les différents quartiers de cette ville présentent des espaces clos qui vont permettre de jouer sur l'ambiguïté relevée par Christopher Totten entre l'intimité d'un espace et son caractère étouffant. La mécanique des « Murs Invisibles » ne présente pas d'illusion d'étendue, à l'exception du Quartier du Maître Ego encerclé par la mer. Ce modèle de conception ludique est détourné pour conduire le joueur vers des espaces cachés qui donnent une nouvelle dimension et signification à chacun des quartiers, comme il est vu dans la seconde partie de ce chapitre. Dans chaque niveau, le joueur se trouve enfermé, sans horizon, à la manière du parc KidZania, c'est-à-dire dans un environnement dont même le ciel est factice. L'espace de jeu constitue véritablement une boîte de laquelle il faut s'émanciper. Celle-ci est symbolique de l'enfermement et de l'aveuglement idéologique où le joueur est libre de se complaire en alimentant le système, ou de s'extraire par la découverte des espaces de l'envers du décor. Avant de revenir sur ce point, c'est de cet enfermement et de l'ambigüe « orientation » du joueur dont j'aimerais traiter dans cette partie pour construire un espace signifant.

Le Quartier du Maître Hasard, étant le seul niveau mis en place concrètement dans le prototype, incarne un terrain d'expérimentation de cette symbolique et signification de l'espace. Celui-ci a été construit selon les conseils de Kevin Lynch et d'Henry Jenkins pour mettre en place la narration du jeu, mais aussi pour créer cette imagibilité. Il convoque également ceux dessinés par Christopher Totten pour rendre symbolique et critique l'espace. En cela, l'espace idéologique du niveau, qui voudrait se faire passer pour ce « bon lieu », parfaitement équilibré de défis et de récompenses pour conditionner les hommes, porte en lui

²⁷ J-M. STEBE, *Qu'est-ce qu'une utopie ?* Paris, Vrin, 2011, p. 35.

des indices contribuant à l'« étrangement »²⁸ du joueur vis-à-vis de cet espace. Le ressenti est double, entre enchantement et oppression de l'espace. La construction de ce ressenti et de ces idées, chez le joueur, passe par une « entrée en gare »²⁹ symbolique du quartier : une allée (Cf. figure 8.9). Celle-ci est rectiligne et ne possède pas d'issue. Elle est directive et construit un point de fuite unique vers la place centrale qui positionne le joueur face à la tour « F.U.N »³⁰. L'orientation du regard et du déplacement du joueur, dès le départ, est relatif à l'absence de liberté de la société du jeu total. L'allée porte le symbole d'une voie unique et de l'absence d'alternative du joueur en tant qu'habitant de cette société virtuelle. Le regard frontal dès l'ouverture du jeu entre le joueur et le Maître Hasard, par l'édifice gigantesque de la tour du représentant de la Fabrique Universelle du Néopanludisme, est symbolique de la confrontation aux valeurs du quartier dont il va falloir parvenir à s'émanciper, mais aussi de leur domination sur le niveau.

L'enfermement du joueur est traduit par deux autres symboles visibles depuis cet espace. Le « ciel » - qui constitue une toile tendue illusoire – n'est jamais visible de manière dégagée et ce par deux procédés :

- Les façades, par exemple, se recourbent donnant l'étrange sensation que la ville se referme sur elle-même, à la manière d'une main colossale qui se resserre sur le joueur et ses habitants.
- Un réseau de tubes parcourt l'espace du ciel et transporte des données numériques représentées sous la forme d'objets présents dans les mini-jeux. Ces tubes sont connectés à l'arrière de chaque station de jeux et transmettent des informations en direction de la tour. Lorsque le joueur approche de la place centrale, au lieu de voir apparaître un espace ouvert, dans lequel il peut respirer, il découvre que ce réseau forme une toile d'araignée, symbole de l'emprisonnement du joueur, et de sa fonction nourricière d'un système. Le quartier est un piège dont il va falloir sortir (Cf. figure 8.9).

²⁸ F. JAMESON, *op. cit.*, p. 18. Il est ici référence à l'« effet d'étrangeté » (*Verfremdungseffekt*) théorisé par Bertolt Brecht dans *Petit Organon pour le théâtre*. Pour synthétiser ce en quoi consiste cet effet, il s'agit de créer une distanciation en présentant, dans le cadre du théâtre, au spectateur un objet qu'il peut reconnaître mais en décalant sa perspective habituelle. L'objet commun, ainsi rendu étrange, devient discursif et choque par le retournement de sens qu'il fait apparaître en brisant l'habituel. En créant ainsi de la distance – critique – entre le spectacle et le public, l'effet d'étrangeté met en place une tension cognitive qui engage ce dernier en réveillant sa réflexion. L'effet V est ainsi très répandu dans les œuvres artistiques engagés. Les *artgames*, par exemple, en détournant les mécaniques ludiques bien connues des joueurs, s'inscrivent dans la réalisation de cette distanciation.

²⁹ Cette notion apparaît dans le livre de Christopher Totten, *op. cit.*, p. 109.

³⁰ Cf. chapitre 2, p. 88.

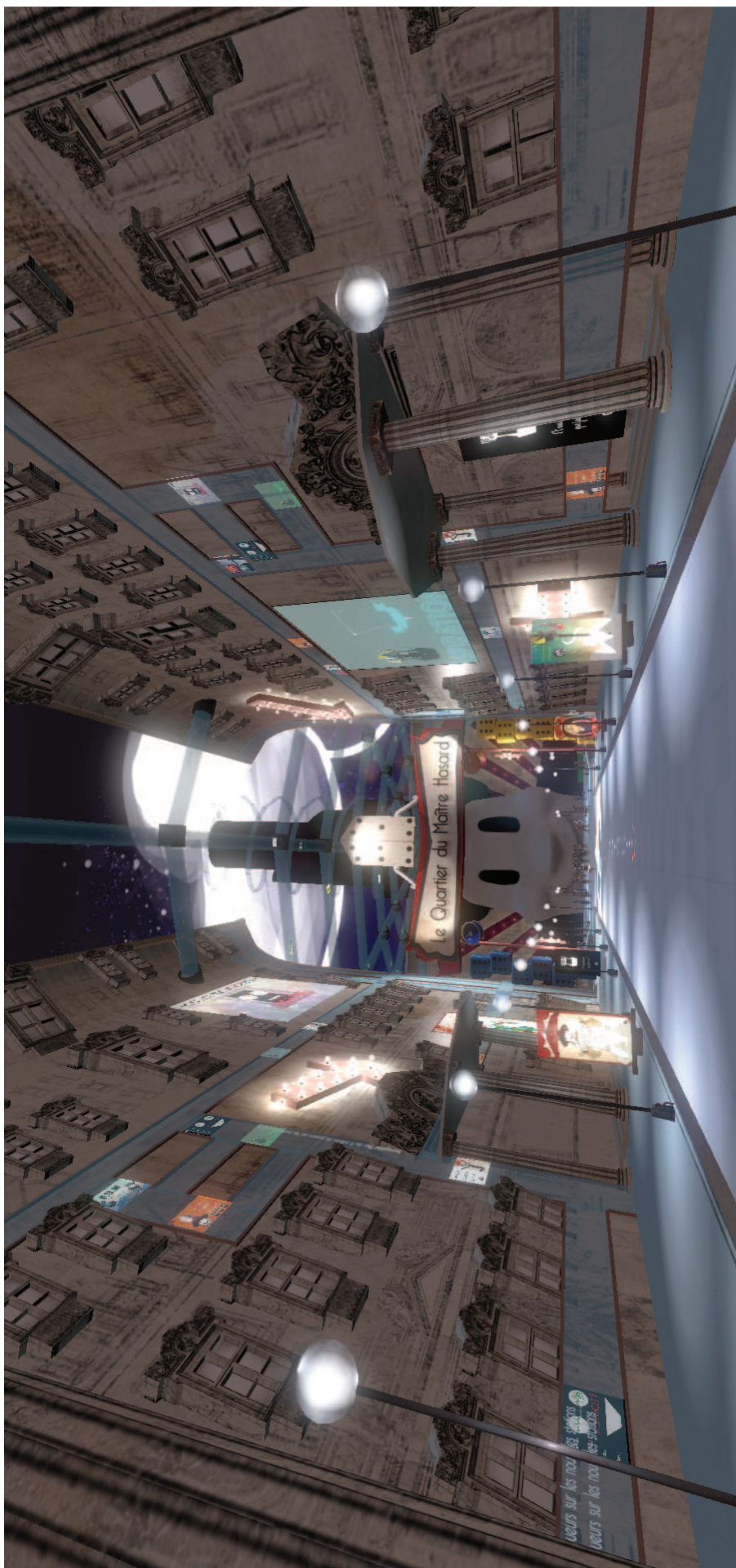


Figure 8.8, Entrée en gare, conception de l'espace

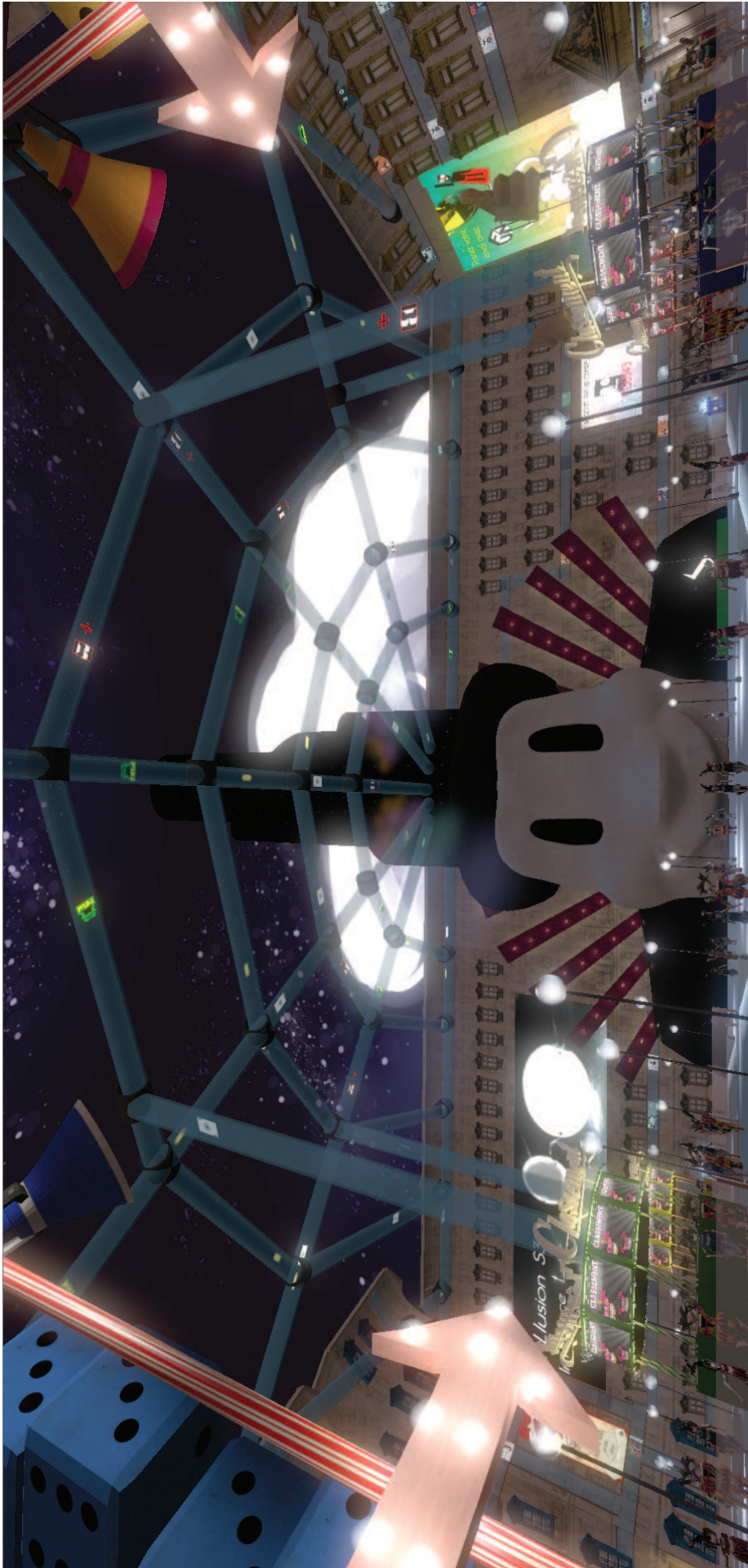


Figure 8.9, Place centrale, conception de l'espace

Les espaces déploient alors des métaphores pour le joueur et se font aussi allégoriques³¹ en ce qu'ils racontent l'histoire, les tensions, les séductions et les critiques de cette société du jeu total. Cette construction allégorique fait écho au procédé de la narration environnementale et en particulier aux récits embarqués et espaces évocateurs³². La place centrale est ensuite conçue à la manière d'un Disneyland. Ce cœur névralgique de l'espace ouvre des voies que le joueur va pouvoir explorer. Ces voies créent un espace carré et rectiligne, rappelant l'ordre, la mesure et le calcul qui constituent le Quartier du Maître Hasard. Pourtant au milieu de ces blocs d'immeubles et de ces rues, la volonté a été de rompre avec l'imagibilité de Kevin Lynch, pour inciter le joueur à chercher une issue à ce niveau. Cette configuration génère un labyrinthe, dont la forme est caractéristique de l'ensemble des espaces idéologiques que le joueur parcourt. Dans le Quartier du Maître Hasard, ce dédale crée de la fatigue et permet également de vider la jauge du joueur avec plus de facilité. En effet, le joueur s'aventure dans ce quadrillage à la recherche de points d'intérêts et de stations de mini-jeu spécifiques, mais rien ne garantit leur découverte³³. Le labyrinthe possède des espaces de récompenses qui vont participer à la narration environnementale en deux points :

- 1) Les premiers points d'intérêt introduisent des stations de mini-jeux particulières et créent autour d'elles un environnement qui permet de comprendre la thématique abordée.
- 2) Les seconds points d'intérêt, quant à eux, présentent des points de vue sur la ville, des monuments, des statues, qui vont participer à la construction du discours idéologique du quartier. Le réseau de tubes en forme de toiles d'araignées va servir à créer un sentiment d'étrangeté donnant au joueur l'envie de s'opposer à ce système de jeu.

³¹ Espen Aarseth, chercheur en littérature et ludologie à l'Université de Copenhague, et co-fondateur de la revue en ligne *Game Studies : The International Journal of Computer Game Research*, dans son article « Allegories of Space, The Question of Spatiality in Computer Games », in. *Cybertext Yearbook 2000*, Jyväskylä, Finlande, University of Jyväskylä, 2000, pp. 152-171, voit dans les jeux vidéo une thématique centrale, celle de la représentation de l'espace et de sa négociation. Les jeux vidéo sont ainsi plus allégoriques que réalistes car ils sont l'expression figurative de l'espace réel. En prétendant être des portraits réalistes, les jeux vidéo montrent des déviations du réel : possibilité de se téléporter, de défier la physique, de parcourir l'espace en un clin d'œil. L'illusion, la fiction n'est jouable, pour le chercheur, que dans ses déviations.

³² Cf. chapitre 1, p. 39.

³³ En guise de rappel, le jeu ne possède pas de carte et met en scène la perte des repères du joueur. Bien entendu l'espace est conçu de manière à ce que cette exploration et cette errance ait un intérêt visuel et intellectuel pour le joueur. Cependant, si celui-ci désire ou nécessite une carte, c'est à lui de la dessiner sur un morceau de papier. (Cf. chapitre 4, p. 180.)

Ainsi, l'espace porte une ambiance contribuant au message du jeu. Le joueur est partagé entre une cacophonie joyeuse et enchanteresse, et le sentiment dérangeant que quelque chose ne tourne pas rond. Les sollicitations ludiques qui peuvent au départ l'amuser, deviennent vite pesantes, agressives et désagréables. Elles conditionnent d'ailleurs le déplacement du joueur, le contraignent, l'orientent et ne font plus qu'un avec l'espace proposé. Les comportements du joueur sont donc au préalable définis par l'agencement de l'espace qui le guide à la fois vers les stations de jeux et vers des points de vue significatifs et critiques.

Par conséquent, chaque lieu est travaillé de manière symbolique afin de révéler la narration mise en place dans le jeu, le système de mécanique, et à la fois le discours construit par l'ensemble des médiums intégrés dans le jeu. Un exemple de cette collaboration entre la dimension narrative, le *gameplay* et le message critique, s'incarne dans la création et la disposition de carrousels sur la place centrale. Ces carrousels font référence tant au domaine de la fête foraine qu'à la bourse de Wall Street de New-York. Cette étrange hybridation s'est faite en observant les centres de bourses (Cf. *figure 8.11*). L'imaginaire du jeu qu'ils réveillent permet de les détourner. Dans mon projet ces constructions ne représentent plus la spéculation boursière mais les classements des individus en fonction de leurs « points » dans cet univers. Ces carrousels constituent un point de ralliement et de repère pour le joueur, et les PNJ qui n'ont d'autres sujets de conversations que la comparaison de leur score et de leur statut. Ces édifices représentent alors la compétition qui siège au cœur de la société du jeu total.

Si ces architectures rhétoriques ne révèlent pas de « bons lieux », leurs utilisations excluent-elles les possibilités utopiques du jeu vidéo ? Ici, l'espace qui est présenté n'est en rien celui d'une société idéale. C'est bien plutôt ce qui semble être une dystopie qui apparaît, en tout cas concernant l'espace de la ville.



Figure 8.10 Reuters, Bourse de Wall Street, New-York



Figure 8.11 Carrousels de classement

2. Remise en question du caractère utopique des jeux vidéo

La dimension rhétorique et critique des *artgames* semble s'opposer à l'idée de construction d'une société idéale dans les jeux. En effet, les créations de La Molleindustria, par exemple, ne présentent pas d'état d'équilibre et de recherche de sécurité. Bien souvent, la situation empire jusqu'à développer une rhétorique de l'échec³⁴ où le joueur ne peut pas gagner. *Unmanned* peut ainsi être interprété comme un éternel recommencement puisqu'il utilise le procédé d'une boucle relançant l'application lorsque le joueur termine le jeu. La dimension critique de ces espaces virtuels engagés semble alors échouer à la construction d'un jeu vidéo au potentiel utopique.

Pourtant la dimension critique ne participe-t-elle pas de la prise de conscience et de l'émancipation du joueur ? Ne faut-il pas dès lors redéfinir l'utopie, non plus comme un lieu de repos, de « bonheur », mais plutôt comme celui d'une agitation et d'une remise en question ? N'y-a-t-il pas dans ces *artgames*, à l'intérieur de ces élans subversifs, d'appropriation et de détournement, des valeurs utopiques et d'incitation à l'action ? Les utopies doivent-elles être encore ces formes archaïques de cité idéale et insulaire ? Ou bien peuvent-elles prendre une forme plus contemporaine, celle d'une « technique du réveil »³⁵, sous des formes multiples et citoyennes ?

2.1 Asphyxie des utopies ?

Après analyse de la proposition de Jane McGonigal, si prise dans les filets du néolibéralisme qu'elle considère l'existence de cette idéologie comme un état de fait, ou bien encore du jeu *The ScareCrow*, utilisant le langage utopique pour promouvoir un *fast-food*, ces derniers apparaissent comme le déguisement malicieux des valeurs du néolibéralisme. Jean-Marc Stébé, Maître de Conférences en sociologie à l'Université Nancy 2, propose dans son analyse de l'utopie de différencier celle-ci du mythe. Le point fondamentalement opposé entre l'utopie et le mythe est que « [...] le mythe étaie, renforce et justifie les structures mentales et sociales existantes [...] » au contraire l'utopie, elle, « [...] se structure autour d'une fiction démystifiante qui fait naître une attitude sceptique, un soupçon à l'égard de l'ordre

³⁴ Cf. chapitre 5. La stratégie de la tragédie expliquée p. 258.

³⁵ M. ABENSOUR, « L'Utopie, une nécessaire technique du réveil », in *L'Atlas des utopies*, numéro hors-série du *Monde*, 2012, pp. 8-9.

existant »³⁶. Ainsi, l'utopie de Jane McGonigal tient peut-être plus du mythe, voire même du mono-mythe que souhaite créer Edward Castronova, plutôt que d'un souffle subversif et critique. Elle concourt, à son insu, à la construction de l'*homo ludens* du 21^e siècle à la recherche de stimulations permettant l'impulsion d'une vie sous intraveineuse ludique faite de récompenses, de petits plaisirs et de compétition. Faut-il en déduire pour autant que les utopies se sont éteintes, comme l'affirme le postmodernisme ?

En effet, compte tenu de l'optimisme de façade de ces produits vidéoludiques de propagande, les utopies semblent asphyxiées, incapables de sortir de leur condition. L'alternative à ces fictions semble être celle de « dystopies » – ou contre-utopies. Apparaissant au début du 20^e siècle, les romans de science-fiction et d'anticipation présentent l'opposé des utopies, c'est-à-dire des sociétés sans avenir – à titre d'exemple l'on peut citer *Le Meilleur des mondes* d'Aldous Huxley publié en 1932. Les paradigmes communautaires de sociétés réglées, par l'ordre et la mesure, décrits dans les utopies antérieures, se déplacent vers la figure d'individus qui expriment leur mal-être au cœur d'une société « parfaite » dont le vice est souvent la mesure poussée à l'excès. Les dystopies prennent le rôle de fiction critique face à la montée du totalitarisme et surtout pour se faire l'opposant de la raison et du progrès qui ont conduit à de terribles guerres. Pourtant, si ces dystopies se manifestent comme des contre-idéologies, en soulevant leurs méfaits, celles-ci n'échappent non plus à ce mouvement d'asphyxie constaté auparavant. Elles y contribuent même.

Aujourd'hui, les dystopies sont très répandues, on les retrouve dans de nombreux livres, films, séries télévisées, et en particulier jeux vidéo qui s'inscrivent dans des scénarios catastrophes, ou bien se déroulent dans des mondes post-apocalyptiques. Dans le domaine des jeux, depuis quelques années, les *gameplay* de « survie » inondent le marché de l'industrie mais aussi des indépendants. Ne sont-ils pas l'expression manifeste d'une volonté chaotique d'un retour à un état de nature ? En effet, l'homme s'y trouve libéré des structures économiques et politiques actuelles pour vivre libre, en contact avec une nature sur laquelle il n'a plus ou peu de moyen d'action, et en petite communauté. Invasion zombie (à titre d'exemple on peut citer le jeu vidéo de TellTale Games, adapté du *comics book* américains *The Walking Dead* de Robert Kirkman, Tony Moore, 2003), virus (le jeu vidéo *The Last Of Us* de Neil Druckmann et Bruce Straley, 2013), ou encore catastrophe nucléaire (la série des *Fallout* de Tim Cain, Leonard Boyardsky, Jason Anderson, depuis 1997), apparaissent comme

³⁶ J-M STEBE, *op. cit.*, p. 9.

différents holocaustes tragiques dont personne ne semble responsable, permettant de la sorte une justification partielle de ce retour de l'homme à l'état de loup, protégeant sa meute. Ces scénarios se font l'expression exacerbée d'un individualisme qui se recentre autour de petites communautés vivant recluses et défendant leurs propres intérêts. L'utopie est ainsi mise en échec car que ce soit dans les discours d'optimisme de façade, ou dans les discours des dystopies, il n'y a pas d'avenir, pas d'alternative, pas d'âge d'or de la civilisation humaine mais une régression totale.



Figure 8.12 Todd Howard, Istan Pely, Emil Pagliarulo, Fallout 3, édité et développé par le studio Bethesda Game, 2008



Figure 8.13 Sean Vanaman, Mark Darin, Jake Rodkin, The Walking Dead, A TellTale Games Series, 2012

« Totalitaires », « chimériques », « nuisibles », les utopies apparaissent comme régressives, inutiles, opposées à l'intérêt général ou à la *praxis*. Si ces idées sont répandues au 21^e siècle, elles ne constituent pas bien sûr l'opinion de tous. On aurait tort de croire avec pessimisme à l'irréversibilité de cette situation.

Ce n'est pas l'absence d'ennemi qui constitue un handicap mais plutôt la croyance universelle que non seulement cette tendance est irréversible, mais que les alternatives historiques au capitalisme se sont avérées non viables et impossibles, qu'un autre système socio-économique est inconcevable, et encore moins disponible en pratique.³⁷

Michèle Riot-Sarcey professeure émérite d'histoire contemporaine et d'histoire du genre à l'Université Paris VIII, travaille à la déconstruction de cette idée. Sa recherche tend à repérer et à mettre en lumière les victoires contre-culturelles et utopiques de différentes avancées sociales s'étant révélées à une époque comme opposées à l'idéologie capitaliste. Elle cherche alors à déjouer la croyance selon laquelle « il n'y a pas d'alternative ». Pour elle, la réputation entachée des utopies est symptomatique d'un rejet de l'utopie par l'Histoire³⁸.

Par le seul fait de les nommer « utopistes », les inventeurs de nouveaux rapports sociaux sont ainsi évacués du politique ; enfermés dans l'imaginaire, ils peuvent ainsi plus aisément être rejetés du côté de l'ailleurs.³⁹

Michèle Riot-Sarcey souligne que la plupart des avancées sociales, fruits de la pensée utopique, dès leur aboutissement, se voient récupérées et incorporées par les idéologies dominantes. Ainsi, il en devient difficile de mesurer l'effectivité de la réussite d'une pensée contestataire et utopique tant elle est assimilée par le pouvoir dominant à chaque tentative de changer la société⁴⁰. L'historienne souligne alors l'attention portée par ce règne idéologique à ces courants opposés afin d'étouffer ou de maîtriser tout discours sur le changement et de l'inscrire ainsi dans l'évidence idéologique et le déroulement « logique » de l'histoire. A ce titre, il est possible de reprendre le discours développé par Bernard Stiegler, philosophe, président du groupe de réflexion Ars Industrialis, lors du séminaire « L'esprit perdu du capitalisme, sociopathologie de 1968 »⁴¹ faisant le commentaire du livre d'Eve Chiapello et

³⁷ F. JAMESON, *op. cit.*, p. 15.

³⁸ M. RIOT-SARCEY, « Introduction », *L'Utopie en Questions*, collectif sous la direction de Michèle Riot-Sarcey, Paris, PUV, 2001, p. 7.

³⁹ M. RIOT-SARCEY, « Femmes, défi des utopies », in *L'Utopie en Questions*, *op. cit.*, p. 209.

⁴⁰ M. RIOT-SARCEY, *Dictionnaire des utopies*, Paris, Larousse, 2002.

⁴¹ Ce séminaire a été effectué dans le cadre du cycle de conférences « Trouver de nouvelles armes » au Collège de Philosophie en Février et Mars 2006, par l'association Ars Industrialis.

Luc Boltanski, *Le Nouvel Esprit du Capitalisme*. A l'opposé de cet ouvrage, Bernard Stiegler analyse comment la critique artistique des Avant-gardes des années 1960 – 1970 et leurs valeurs ont ôté du capitalisme son esprit et conduit à une « misère symbolique » – à l'opposé d'un « nouvel esprit » comme l'accordent les deux chercheurs de l'EHESS. Les valeurs récoltées de cette critique ont été incorporées au capitalisme et à des logiques managériales, comme il a été vu aux chapitres 2 et 6 notamment par l'apparition de *funsultant* utilisant le jeu, « la convivialité, la liberté, la spontanéité, la pluricom pétence, et l'ouverture aux autres »⁴² dans des logiques de productivité, et de consommation. La « misère symbolique », significative d'une perte du sens et de la considération de l'humain au cœur de ce système politique, est révélatrice d'une « réification » totale et d'un syncrétisme qui apparaît dans la logique de récupération et d'incorporation de toute idée et avancée au service des idéologies dominantes⁴³. Par conséquent, à la lumière de ces explications, on peut mieux comprendre le combat de Michèle Riot-Sarcey et les difficultés à percevoir la réalisation d'élans utopiques au fil de l'histoire, dont les menues victoires sont rapidement assimilées, voire détournées. Le pouvoir réalisateur des utopies est toujours pris dans une politique de dénigrement par et pour l'histoire du pouvoir mis en place, venant dissimuler les avancées et ruptures sociales. De cette manière, l'utopie se trouve galvaudée, reléguée dans un domaine depuis lequel, elle ne semble rien pouvoir faire, celui de la « fiction ». Cette considération, montre l'incompréhension manifeste de la construction et du rôle de l'imaginaire. Il est ainsi nécessaire de réussir à voir au-delà du discours des « fossoyeurs » d'utopies⁴⁴ comme le proposent Michèle Riot-Sarcey, Fredric Jameson, mais aussi par exemple Marc Jimenez, Valérie Arrault⁴⁵ ou encore Emmanuelle Jacques.

⁴² B. STIEGLER, *op. cit.*

⁴³ Cette idée a été développée par plusieurs chercheurs lors du Colloque « Pratiques plastiques contemporaines & Contre-culture » organisé par l'Université Montpellier 3, le 6, 7, 8 Novembre 2013. Cf. la conférence de Marc Jimenez « Pour la « contre-culture » et vice-versa » et l'introduction et conclusion de Valérie Arrault « La contre-culture contre quelle culture ? ».

⁴⁴ La formule fait référence à l'Avant-Propos « Imaginer l'utopie » de Marc Jimenez, in. *Imaginaires et Utopies*, Séminaires interarts de Paris 2001-2002, Paris, Klincksieck, 2003, p. 7.

⁴⁵ Dans son article « De la difficulté d'une esthétique émancipatrice », *op. cit.*, Valérie Arrault propose une analyse de l'esthétique relationnelle sous l'initiative de Nicolas Bourriaud et relève le même système d'incorporation des valeurs d'Avant-garde, qui dans le discours de ce dernier traduisent l'aliénation des individus contemporains au système capitaliste. « Contrairement au vœu de Nicolas Bourriaud qui veut « échapper aux cadres de l'économie capitaliste », nous sommes là, à l'opposé dans le registre de l'adaptation aux exigences structurelles du système réifiant, à ses hiérarchies et à ses règles marchandes souhaitées par le « contrôle social total » pour reprendre l'expression de Gilles Lipovetsky désignant par là l'entité pré-orwellienne actuelle régissant les mentalités en vue d'une régulation intériorisée des mécanismes de consommation » (p. 40).

2.2 Nécessité de l'utopie émancipatrice : réhabilitation et redéfinition

Au-delà de l'apparente asphyxie des utopies, un autre discours apparaît, réhabilitant l'utopie comme un remède au malaise de la culture du 21^e siècle. Il ne s'agit pas de faire de l'utopie un remède qui serait *la* solution, comme il est possible de le lire dans la proposition de Jane McGonigal pour le jeu, mais comme un travail incessant, pratique et intellectuel, des hommes à l'amélioration de leur condition commune. C'est ce que l'on retrouve chez Eric Letonturier, Maître de conférences à l'Université Paris Descartes.

Face aux crises, inquiétudes et doutes sur l'avenir, l'utopie serait plus que jamais, par les idées nouvelles qu'elle avance, un remède contre le fatalisme et l'inaction, car porteuse d'un projet social offrant la promesse d'un changement possible pour un monde autre et meilleur.⁴⁶

Mais aussi chez Fredric Jameson :

[...] le remède utopique doit d'abord être fondamentalement négatif, et résonner comme un coup de clairon, comme un appel à extirper cette racine spécifique du mal dont découlent tous les autres maux.⁴⁷

Ce travail des hommes conduit à redéfinir l'utopie en réinterrogeant le rôle de l'imaginaire, à travers les arts notamment, pour comprendre en quoi les utopies sont aussi ces expressions artistiques et politiques qui offrent des visions de mondes différents et meilleurs. Une fois de plus, pour mener à bien cette interrogation, le travail de Thomas More est essentiel. En effet si *De optimo rei publicae statu, deque nova insula Utopia* hérite du courant humaniste de la Renaissance et de la remise au goût du jour des valeurs helléniques et antiques, son utopie se teinte également de l'imaginaire du voyage et du « possible » avec la découverte récente des Amériques en 1492. *L'Utopie* de Thomas More, brièvement remise dans son contexte, exprime à la fois le souvenir et la volonté de faire resurgir les traités politiques chers à l'Antiquité Grecque comme *La République* de Platon, cité idéale du philosophe roi, et l'ouverture d'un nouveau monde venant défier l'imagination par la découverte d'un territoire inconnue. L'ambiguïté de l'utopie dans son étymologie, du « non lieu », qui renforce le caractère imaginaire mis en place dans cette œuvre, au « bon lieu », qui rappelle la projection

⁴⁶ E. LETONTURIER, « L'utopie ou le (mauvais) rêve social », in. *Les Utopies*, collectif sous la direction d'Eric Letonturier, Paris, CNRS éditions, 2013, pp. 9-10.

⁴⁷ F. JAMESON, *op. cit.* p. 40.

d'un programme tel que le projet de Platon, est au cœur des polémiques actuelles : qu'est-ce dont que l'utopie ?

Plusieurs recherches tentent de regrouper les caractéristiques du « programme » des utopies sociales et politiques. Eric Letonturier, par exemple, relève les traits caractéristiques des utopies qui émergent comme des illustrations de la modernité. Selon lui, elles sont ce moment de l'histoire « [...] où les individus s'éveillent et prennent leur avenir socio-politique en mains [...] »⁴⁸. Les utopies semblent alors marquer l'avènement de la raison et sont caractérisées par le progrès, l'action, l'optimisme, le bonheur, tout en excluant la diversité, l'individualité, la liberté et le hasard. Ces traits sont, en grande partie, ceux de *La Cité du Soleil* de Campanella mais traversent aussi l'ensemble des utopies de l'époque moderne et même au-delà. La dimension collective qui implique le don de soi fait de l'utopie « une culture contre nature » en ce qu'elle suppose que chaque homme fait violence à ses passions naturelles, comprises comme foncièrement mauvaises, égoïstes et individualistes, et se livrent à l'exercice de leur maîtrise pour le bien d'une communauté, d'un intérêt général. Chacun travaille alors à s'éduquer, à faire preuve d'une rigueur parfaite, pour participer à un projet collectif. Plaisir et jouissance sont mis de côté car ils sont la source de pulsions individuelles. On est bien loin de l'utopie proposée par la *gamification*, telle que décrite au début de ce chapitre et particulièrement dans le chapitre 3.

Cette recherche de l'ontologie des utopies est, toutefois, à remettre en question car bien qu'elle engage les individus dans une dimension politique, sociale et humaniste, visant l'intérêt général, celle-ci démontre une totale déshumanisation. Les utopies apparaissent comme des appareils aux rouages bien huilés exprimant par leur contenu commun le développement moderne d'un corps et d'un esprit, « machine »⁴⁹. Il semble nécessaire de laisser de côté l'idée que les utopies doivent se conformer à une forme idéale. Ses multiples visages, ceux de la narration, de l'architecture, du traité politique ou philosophique, du poème, de la sculpture, de la peinture, et pourquoi pas du jeu vidéo, laissent apparaître que l'utopie n'est pas uniquement la quête d'une cité idéale ordonnée à la manière d'une machine. Ses formes peuvent être multiples et ses discours aussi, toujours orientés vers le développement d'une civilisation et son amélioration. L'ontologie de l'utopie semble lui

⁴⁸ E. LETONTURIER, *op. cit.*, p. 13.

⁴⁹ F. ROUVILLOIS, *op. cit.*, p. 32.

conférer un caractère immuable, pourtant la question qui importe est de savoir quelle civilisation et quelles améliorations sont imaginées et en marche.

En effet, dans l'utopie de Thomas More, l'idée n'est pas tant de voir un projet parfaitement réglé qu'il faut accomplir qu'une critique posée sur la société du 16^e siècle. Cette fiction traduit une *espace* de liberté dans lequel cet humaniste déploie un pouvoir discursif à l'abri des normes et des garde-fous de l'idéologie dominante. Voyant le jour dans un contexte social et politique difficile ayant abouti aux guerres de religions, l'œuvre de More apparaît comme une antithèse, une opposition à la société au sein de laquelle il vit. L'utopie est alors un discours sur son époque, se réfugiant dans un imaginaire protecteur⁵⁰ mais non pas pour autant moins réprobateur vis-à-vis du pouvoir qu'il dénonce. L'utopie de Thomas More s'appuie sur l'abolition de l'argent et de la propriété privée. Comme le dit Fredric Jameson « [...] ces thèmes et diagnostics sociaux ne sont ni le fruit du hasard ni le produit d'inventions délibérées fondées sur [...] le caprice personnel »⁵¹. Selon lui, l'obsession qui parcourt les utopies sert à « enregistrer » la réalité sociale. Celles-ci ont pour fonction de « cartographier » la Totalité. Elles offrent un « modèle réduit »⁵² sur lequel il est plus simple de lire les tendances et les tensions politiques, économiques, sociales, et culturelles. En ce sens, Fredric Jameson parle d'« enclave imaginaire »⁵³, c'est-à-dire un espace clos, fictionnel ou mental, mais pour autant bien réel, à l'intérieur duquel s'édifie le désir et se construit l'idée d'un système radicalement différent. Hors d'atteinte des réseaux socio-politiques imposés, elle dessine un espace intime de réflexion critique qui n'existe que dans l'imaginaire de son auteur et de ses lecteurs mais qui suffit à faire germer des idées venant contre-balancer les *diktats* sociétaux, petit à petit.

Par conséquent l'utopie ne présente pas un idéal de bonheur, qui est lui aussi à interroger – l'idéal de bonheur de qui ? De quelle époque ?⁵⁴ – mais volontiers une remise en

⁵⁰ On peut noter que la question de la sécurité habite toujours ces espaces utopiques. A l'époque de Thomas More, ses propos subversifs se dissimulent dans une fiction – on comprend mieux la création du terme d'u-topie – afin de pouvoir exprimer son opinion sans que celle-ci signe, pour autant, un possible arrêt de mort. L'espace, même imaginaire, fait donc office de lieu serein pour son auteur, qui peut mettre à l'abri ses idées, agrégées dans la forme de cette cité.

⁵¹ F. JAMESON, *op. cit.*, p. 42.

⁵² *Ibid.* p. 43.

⁵³ *Ibid.* p. 46.

⁵⁴ A ce sujet, Edgar Morin, dans un article « Quand le rêve vire au cauchemar », publié dans *L'Atlas des utopies*, numéro hors-série du *Monde*, remarque deux utopies, une bonne et une mauvaise. La dernière est celle de l'ataraxie que l'on retrouve décrite dans les recherches ontologiques sur l'utopie : elle consiste à réaliser l'harmonie parfaite. La première, elle, est une « aspiration » à l'amélioration des relations entre les hommes, sans chercher à supprimer le malheur. Contre le « devoir être heureux », Edgar Morin propose

question de l'ordre idéologique. Fredric Jameson s'oppose d'ailleurs à cette conception de l'utopie comme celle du « bon lieu ».

Voilà, pourquoi c'est se tromper que de vouloir aborder les utopies en nourrissant des attentes positives, comme si elles présentaient la vision de mondes heureux, d'espaces d'épanouissement et de coopération, autant de représentations qui correspondent bien plus au genre de l'idylle [...] qu'à l'utopie.⁵⁵

Cette fonction négative de l'utopie manifeste cependant déjà d'un esprit libre, capable d'entendre les discours latents idéologiques, de voir les symptômes de la maladie du postmodernisme, et de comprendre ses manipulations et, par conséquent, traduit aussi l'ambition utopique réelle d'une démythification de la société contemporaine.

Qu'il revienne à l'artiste de résister aux sollicitations pressantes de la société plutôt que d'en subir les formes multiples et parfois subtiles de conditionnement, ne relève pas d'un projet utopique ; c'est déjà imaginer un programme.⁵⁶

Le rôle de l'utopie se situe dans le changement des consciences et la transmission du désir d'agir, ce désir que le capitalisme épuise et remplace par une consommation placebo. Les utopies sont des fictions émancipatrices qui dans le travail des artistes redéfinissent les cadres normatifs, les valeurs, et surtout les représentations. Ainsi déjoués, rejoués, détournés et appropriés ce sont bien des possibles qui apparaissent dans les œuvres d'artistes éclairés. Cette intention qui se transmet depuis l'artiste jusqu'aux sens et à la compréhension du spectateur constitue en soi un programme politique, celui de décoloniser les imaginaires et de stopper la fabrique de consentement en marche du néolibéralisme.

Les jeux vidéo, dans les mains et les têtes des concepteurs éclairés, peuvent se charger de nouvelles représentations⁵⁷, mettre à distance et rendre étrange celles de l'idéologie

une utopie de la régulation, dans laquelle les conflits ne peuvent être évités, mais plutôt résolus avec sagesse et équité. De plus, cette ataraxie présente dans la plupart des utopies cherchant à supprimer la part animale et passionnelle de l'homme pour l'orienter vers l'idéal d'un corps et d'une raison « machine », parfaite, ne nie-t-elle pas cette fois-ci l'ontologie de ce qui est constitutif d'un être humain ? Ne faut-il pas accepter sa corporéité, ses sensations, ses passions et sa capacité réflexive, et raisonnante, pour imaginer un monde dans lequel celui-ci pourrait être meilleur qu'il ne l'est actuellement, aliéné aux stimulations idéologiques physiologiques d'un « devoir jouir » ? Ainsi, le don de soi, nécessaire et volontaire, pour le bien commun ne nie pas pour autant la subjectivité mais peut œuvrer contre l'individualisme prégnant.

⁵⁵ F. JAMESON, *op. cit.*, p. 40.

⁵⁶ M. JIMENEZ, « Imaginer l'utopie », *op. cit.*, p. 9.

⁵⁷ Le travail d'Emmanuelle Jacques, par exemple, s'oriente en particulier vers cette dimension. Lors du séminaire « Hétérotopies et marchandisation dans les jeux vidéo sur réseaux sociaux », le 10 décembre 2012, organisé par le laboratoire IRIEC, à l'Université Montpellier 3, elle interroge justement les possibilités des jeux vidéo d'introduire d'autres valeurs que celles que l'on retrouve habituellement. Ce

dominante. *Unmanned* de La Molleindustria en est un exemple frappant. Les représentations de la guerre ne sont pas celles que l'on retrouve dans les jeux vidéo, la télévision, ou toute autre fiction. Sa dimension critique prédomine. Pourtant la volonté de mettre en scène ces autres représentations, tant sur sa thématique que dans les procédés vidéoludiques utilisés, témoigne d'une dimension utopique. Le message de la réunification du corps et de l'esprit, disséminé sous plusieurs formes, et en particulier dans l'entité du joueur, en est le témoignage. Ainsi, *artgames* et œuvres du *game art*, dès lors qu'ils démystifient leurs procédés et manipulent leur médium comme un hypermédium chargé de sens, participent de la sorte à une décolonisation non seulement des terres vidéoludiques, mais plus encore des espaces mentaux des joueurs et des individus contemporains. Ils essaient de déliter les consentements préalablement co-construits par l'industrie du divertissement, et de se séparer de ces « fabriques » qui conditionnent. Ils ne bâtissent pas encore de cités idéales, mais cherchent définitivement à entreprendre un projet politique d'émancipation, en posant jeu par jeu, pierre par pierre, les fondations d'une nouvelle cité.

Les espaces utopiques dissimulés dans l'envers du décor

A chaque quartier du jeu apparaît un envers du décor. Ici pas de cité idéale représentée, pas de bons lieux. Les espaces que révèle l'envers du décor sont des « espaces utopiques » à cheval entre ce moment de la négation et son au-delà. Les prises de conscience qu'ils engendrent chez l'avatar du joueur, et par extension chez le joueur, tendent par contre, elles, vers leur émancipation. Ces envers du décor présentent des utopies : leurs représentations jouent le rôle de démystification, en ce que ces espaces sont porteurs de valeurs qui s'opposent à celles de l'esprit du temps dominant. Par exemple, un point caractéristique de cette opposition de valeurs est la perte de l'interface E-llusion, ces lunettes de Réalité Augmentée qui conditionnent le joueur dans la ville. Par la suppression de cette interface, c'est aussi le compteur de score et la jauge qui disparaissent, venant de cette manière signifier au joueur qu'il n'a plus à être dans un mode d'accumulation de points et de dépenses, ni à répondre aux sollicitations du système de jeu précédent. Egalement, le petit pas de course, permettant de se déplacer rapidement dans la ville, est lui aussi supprimé pour révéler l'espace dans une ambiance et une lenteur volontaire. Ce changement dans le jeu vient

travail est poursuivi lors du colloque Ludovia « Imaginaires et promesses du numérique », *op. cit.* Cf. C. SIEGEL, E. JACQUES, « Les jeux vidéo, utopies contemporaines ? ».

renforcer le premier acte d'émancipation de la société du jeu total : en cherchant un par-delà le jeu, le joueur ne cherche plus à se conformer à l'idéologie (*Cf. figure 3.34*). Il concrétise, ainsi, une alternative, par le second système de jeu et la mécanique de l'envers du décor. En parvenant à s'extraire de la première boucle, le joueur a accès à des espaces qui lui donnent les clés pour comprendre les enjeux politiques, économiques, culturels et psychologiques de l'emprise de la société du jeu total.

Les différents espaces utopiques sont découverts à chaque fois que les jauges d'aspiration sont décodées et leurs accès ne sont pas toujours les mêmes. Si dans le Quartier du Maître Hasard, le joueur passe à travers le mur de la tour « F.U.N », la mécanique de « l'envers du décor » se décline de manière symbolique dans les autres niveaux, en transformant la brèche dans le décor non plus seulement du point de vue des façades, mais aussi depuis l'illusion d'étendue dans le Quartier du Maître Ego, ou encore le sol dans le Quartier du Maître Instant.

QUARTIERS	ENVERS DU DECOR	SYMBOLIQUE	UTOPIES
Maître Hasard (béhaviorisme, pléonexie, hyperrationalité et performance)	Mur.	La ville comme décor.	Conscience (Réflexion, analyse, philosophie et art, lenteur)
Maître Ego (narcissisme, individualisme, égotisme)	Traversée d'une étendue d'eau.	Le reflet de l'eau comme miroir.	Citoyen (politique, collectif, intérêt général)
Maître Instant (syncrétisme, jouissance, immédiateté)	Sol.	Découverte du sous-sol et des vestiges du temps historique (recherche des racines).	Temps historique (enracinement dans le passé, le présent, l'avenir)

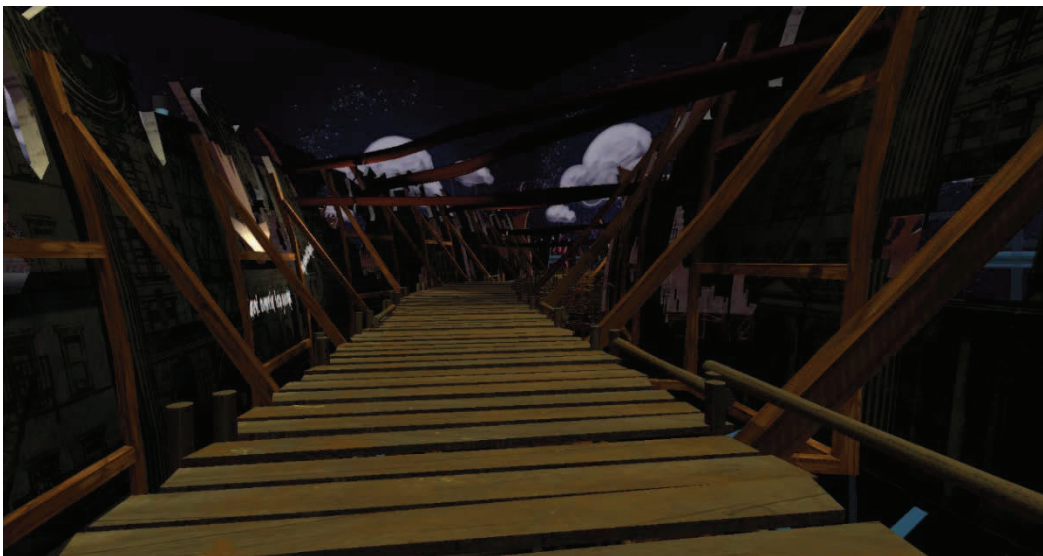
Figure 8.14 Tableau des variations de l'utilisation de la mécanique de « l'envers du décor » et leur symbolique

Il est à présent nécessaire d'entrer à l'intérieur de chacune de ces utopies et en particulier de celle de la Conscience, qui comme pour le Quartier du Maître Hasard, est la plus aboutie dans son *design* et dans sa réalisation. Les deux autres utopies, celle du Citoyen et du Temps historique, à l'état d'ébauche, sont ci-dessous présentées comme des intentions, non définitives, qui guideront leur développement à venir.

-O-O-O-

1. L'utopie de la Conscience

L'envers du décor du Quartier du Maître Hasard révèle l'utopie de la Conscience. En passant derrière l'un des murs de la ville, le joueur se trouve plongé dans un environnement semi-chaotique qui soutient l'ensemble de la ville. Les échafaudages supportent toutes ces façades. Tous les caractères magiques et ubiquitaires des technologies du quartier disparaissent à la vue des nombreux câbles et tubes qui alimentent la ville, mais aussi à l'écoute des sons électriques et bourdonnants. Le ciel se révèle comme une toile formant une boîte qui clôtüre l'ensemble du quartier. Le joueur est invité à en sortir en passant à travers une cassure pour parcourir cet espace. Les textures de bois et métaux viennent contraster avec la matière papier de la ville. Ce changement visuel, à la fois dans les matériaux, mais aussi dans le choix des lumières, crée un espace intime dans lequel le joueur va pouvoir prendre le temps de comprendre ce qui se joue à l'intérieur du Quartier du Maître Hasard.



8.15 Capture d'écran de l'utopie de la Conscience

En suivant des ponts de bois, le joueur peut voir circuler les rails des publicités qui émergent d'un endroit en particulier, dessinant les points de fuite incitant le joueur à s'y diriger. Egalement, il peut s'apercevoir que les tubes formant une toile d'araignée au-dessus de la place centrale sont canalisés en deux tuyaux plus larges, renvoyant vers un même point central. Plusieurs chemins sont présentés au joueur. Leur utilité est de donner à lire au joueur des messages inscrits et cachés dans l'espace. Ces phrases sont autant d'indices qui vont amorcer la « quête » de l'espace utopique (Cf. figure 7.25). Toutes orientées autour de la thématique du regard et de la vue, elles sont le symbole de la prise de conscience en « ouvrant les yeux » du joueur. Le chemin principal mène à une plateforme sur laquelle le joueur se trouve face à un automate inspiré d'un dessin de Fritz Khan (Cf. figure 8.16), physicien allemand, pionnier dans l'art des infographies. Cette image est une représentation behavioriste du cerveau. Il forme un système : l'œil voit la sonnette ; la main appuie sur le bouton ; le son de la sonnette atteint à son tour le cerveau, comme réponse.

Cette inspiration permet alors de transposer le système à celui mis en marche par la *gamification*. La modélisation est ainsi adaptée au discours du projet. Pour rester dans l'ambiance du niveau, l'automate est lui aussi construit à la façon d'un décor de cinéma. Il présente d'un côté ce visage humain et de l'autre celui d'un décor. Ensuite, le système de *stimuli* et de *réponse* est repensé et adapté au système de jeu. Les *stimuli* ne sont plus visuels. L'œil de l'automate est clos, symbole d'un système aveugle qui ne prend plus en compte l'humain. Les *stimuli* entrent directement dans la tête de l'automate : il s'agit d'éléments que l'on retrouve dans les mini-jeux. Ils sont reconnaissables car la charte graphique est différente (*pixel art*⁵⁸). Ces éléments représentent toutes les *réponses* des habitants du Quartier du Maître Hasard aux sollicitations ludiques. Plus les stations de jeux sont utilisées plus l'automate est alimenté. Ce sont donc les individus contemporains, représentés par les PNJ, qui alimentent ce système. En réponse, l'automate appuie sur un bouton, et non plus une sonnette. Il est le déclencheur des publicités de la ville. A chaque pression sur le bouton, le joueur peut observer le départ de publicités sur les rails qui sont disposés dans l'espace. Ce système peut aussi être lu dans l'autre sens. L'automate envoie des publicités, les habitants de la société du jeu total y répondent par l'activation des stations de jeu. L'idée est ainsi de montrer la boucle de ce système sous la forme d'une métaphore. C'est ici l'interdépendance et

⁵⁸ Cf. chapitre 3, p. 109.

l'aliénation, tant du système décentré de l'humain, que des individus contemporains, qui sont portées à la connaissance du joueur.

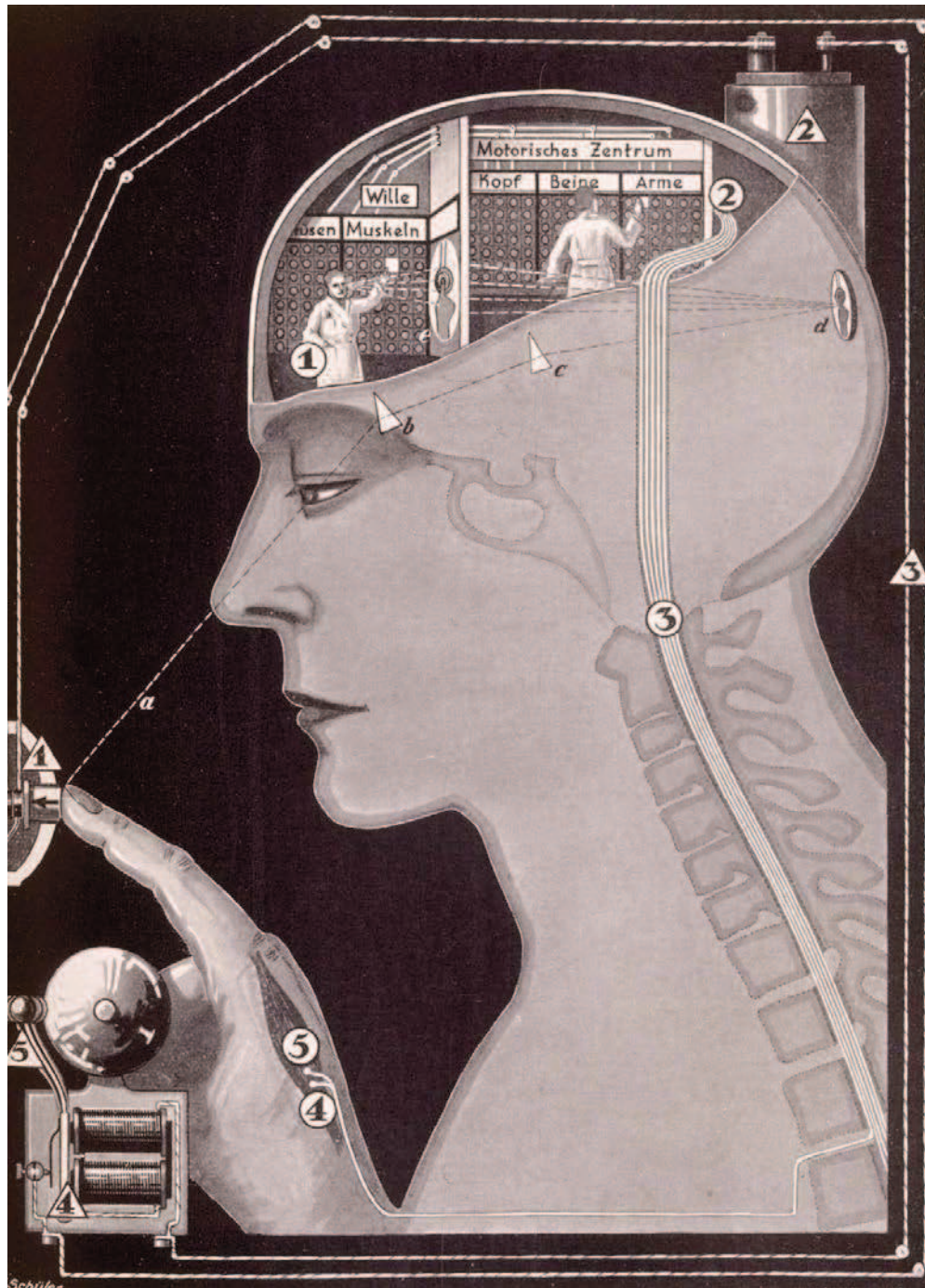
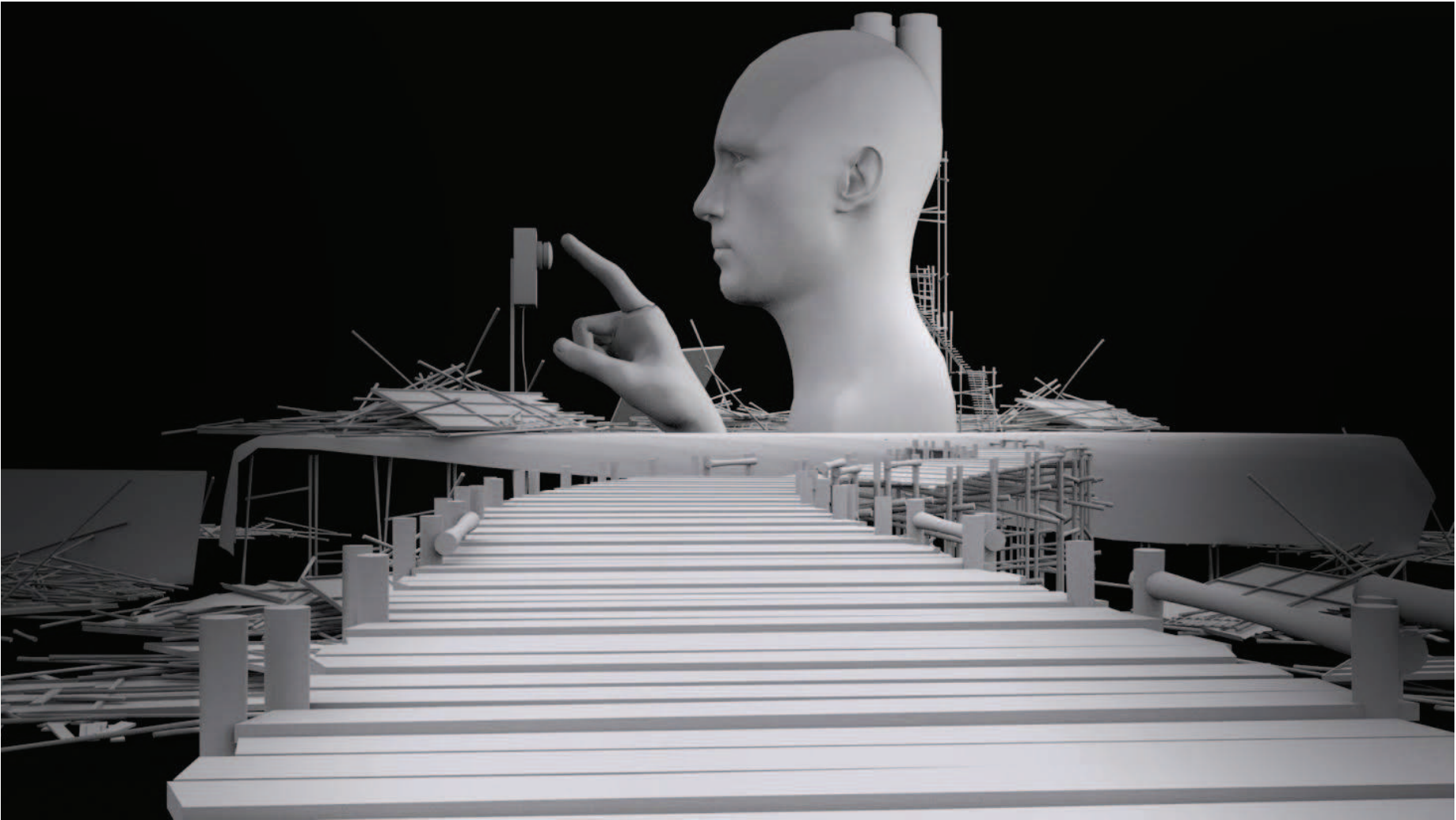


Figure 8.16 Fritz Khan, représentation du cerveau selon un système de stimuli et réponse. Le cerveau est vu comme un tableau de distribution électrique. Il apparaît comme « le siège de la volonté »⁵⁹, là où la décision sera prise d'activer la sonnette qui apparaît à gauche de l'image.

⁵⁹ Il s'agit de l'analyse de l'image que l'on retrouve dans le livre de Douwe Draaisma, *Une Histoire de la mémoire*, Paris, Flammarion, 2010, p. 364.



8.17 Utopie de la Conscience, conception Claire Siegel, modélisation Anthony Simon, capture d'écran dans le logiciel 3DsMax



8.18 *Utopie de la Conscience*, conception Claire Siegel, modélisation Anthony Simon, capture d'écran du jeu

L'espace utopique présente au joueur une quête implicite qui n'est pas dirigée par le système de jeu, mais qui est nécessaire pour changer l'état du quartier et passer au deuxième niveau de jeu. L'observation de l'automate ne se fait pas uniquement par l'extérieur. Le joueur est invité à entrer à l'intérieur de ce système.



8.19 Utopie de la Conscience, arrière de l'automate

En passant par la porte, le joueur accède à un labyrinthe de pièces mentales⁶⁰ qui représente les différents neurones de la société du jeu total. Ces pièces jouent le rôle de démystification et de traduction des mécanismes de la *gamification*. Elles sont toutes des constructions rhétoriques qui appellent au procédé de la narration environnementale, en proposant à la fois des récits embarqués et des espaces évocateurs. Le joueur est donc propulsé dans une première salle, la salle de départ, dans laquelle il doit faire un choix. En effet deux issues lui font face. Autour de chacune des portes, apparaît une lettre. En réanimant à nouveau le rôle du texte, le joueur doit, pour trouver son chemin, se réveiller. En empruntant une à une les portes du labyrinthe, il doit former le mot « R » « E » « V » « E » « I » « L ». Les autres portes contiennent des lettres aléatoires pouvant par moment donner l'illusion de faire sens, mais finissent toutes par renvoyer le joueur dans la salle de départ. Les salles de « REVEIL » contiennent une narration environnementale et rhétorique venant signifier au joueur qu'il est sur la bonne voie. Aucune aide du système ne permet de retenir les lettres ou d'indiquer au joueur qu'il effectue les bonnes actions, si ce n'est l'architecture de ces espaces. C'est à lui de

⁶⁰ Cf. Annexes, figure A.12 « Extrait du *Mission Design Document* du jeu *L'Envers du Décor*, présentation du labyrinthe », p. 500.

créer ses propres moyens de rétroaction (plans, écritures, croquis) tels que décrits au chapitre 4, pour comprendre comment sortir de cet espace. Si ce procédé peut générer un état d'angoisse chez le joueur, appuyé par la révélation difficile qui est mise en scène dans cet envers du décor, celui-ci est contrebalancé par l'éveil et la prise de conscience, qui génèrent un sentiment de satisfaction et de compréhension tout au long de cette quête.



8.20 Salle de départ, le joueur a le choix entre la lettre « A » ou « R », seule la lettre R conduit à un bon chemin.

Les cinq salles, que le joueur peut retrouver, déploient une critique qui se niche au cœur de la narration mise en scène dans l'ensemble du jeu. En d'autres termes celle-ci n'est pas brute et demande à chacune des scènes une interprétation de la part du joueur comme suit.



8.21 Salle représentant les systèmes de métriques et la logique des Big Data. Les playtests sont ici représentés comme une autopsie du joueur, qui est alors quantifié et disséqué pour créer le produit le plus adapté.



8.22 Salle de « funologie »⁶¹ représentant la science du fun et les réponses du joueur à ses différentes orientations. Les espaces d'expérimentations présentent en particulier les manipulations qui peuvent être effectuées par le jeu et les différents déguisements du pouvoir derrière son masque.



8.23 Salle du « jeu divin » parodiant les chapelles que l'on peut retrouver à Las Vegas, mélangeant jeu et religion. L'architecture présente le jeu à la fois comme le nouveau messie, mais aussi comme le gardien de la conscience morale.

⁶¹ Le terme est emprunté aux chercheurs Andrew Monk, Mark Hassenzahl, Mark Blythe et Darren Reed, dans l'article « Funology :designing enjoyment », in. *CHI 2002 :changing the world, changing ourselves*, pp. 924-925.



8.24 Salle du « Maître Hasard » révélant la construction de cette figure comme celle d'un pantin.



8.25 Salle du « Quartier Bêta Test » laissant libre l'interprétation d'une première version du Quartier du Maître Hasard ou sa prochaine mise à jour. Cet espace évoque l'épisode « Fifteen Millions Merits » de la série télévisée de Black Mirror

A l'issue de ce labyrinthe, le joueur accède enfin au « siège de la volonté » de l'automate. De là, il est invité à entrer une commande sur son clavier permettant la prise de conscience de l'automate, sortant alors d'une logique behavioriste. En entrant le mot

« réveil » sur le tableau de bord, le joueur active l'ouverture de l'œil de l'automate, symbole de cette prise de conscience. Immédiatement le système se met en pause : il ne génère plus de publicité et ne reçoit plus d'éléments des stations de jeux.



8.26 Salle de contrôle (fin du labyrinthe) qui active l'ouverture de l'œil de l'automate

L'espace utopique du Quartier du Maître Hasard déploie une rhétorique dans l'ensemble des médiums utilisés. Au cœur du *gameplay*, la rhétorique procédurale fonctionne selon trois boucles, dont le sens apparaît au joueur sous la forme d'une métaphore. Cette opposition dans

la construction du système de jeu est aussi caractéristique d'un aspect moins dirigiste du jeu, où le joueur possède plus de liberté dans son interprétation. La rhétorique est alors plus abstraite dans les mécaniques de jeu qui n'en sont pas pour autant moins symboliques. Le rythme lent est révélateur de la nécessité de prendre le temps d'analyser la situation. Les boucles Moyenne et Micro de jeu qui représentent l'ouverture des yeux du joueur par ceux de l'automate – mise en abîme de sa propre aliénation ludique et de sa libération – s'inscrivent également dans une dimension du transport, du voyage, plus poétique que les mécaniques rationalistes de la ville. L'exploration guidée du joueur par association de lettres, dans le labyrinthe, révèle d'autres rhétoriques qui sont cette fois-ci à l'œuvre dans les architectures des espaces. Ces architectures rhétoriques procèdent souvent d'enthymèmes et également de métaphores. La salle du jeu divin par exemple procure une relation de vraisemblance entre le religieux et Las Vegas qui conclut que le jeu est un nouveau messie, ou la *gamification* une nouvelle forme de religion. De la même manière, la salle concernant le système de métriques et la logique des *Big Data* met côte à côte chirurgie et analyse des habitants de la ville. Elle révèle comment la raison et la quantification suppriment toutes logiques de l'intime au profit de la consommation. Egalement, cette salle présente un espace évocateur en détournant *L'homme de Vitruve* de Léonard de Vinci, montrant ainsi le chemin parcouru entre la mesure du corps dans les mains de l'artiste et son exploitation aujourd'hui dans le cadre de la *gamification*.

Pour conclure sur l'utopie de la Conscience, il reste à analyser les boucles de *gameplay* qui construisent le système de jeu de cet espace.

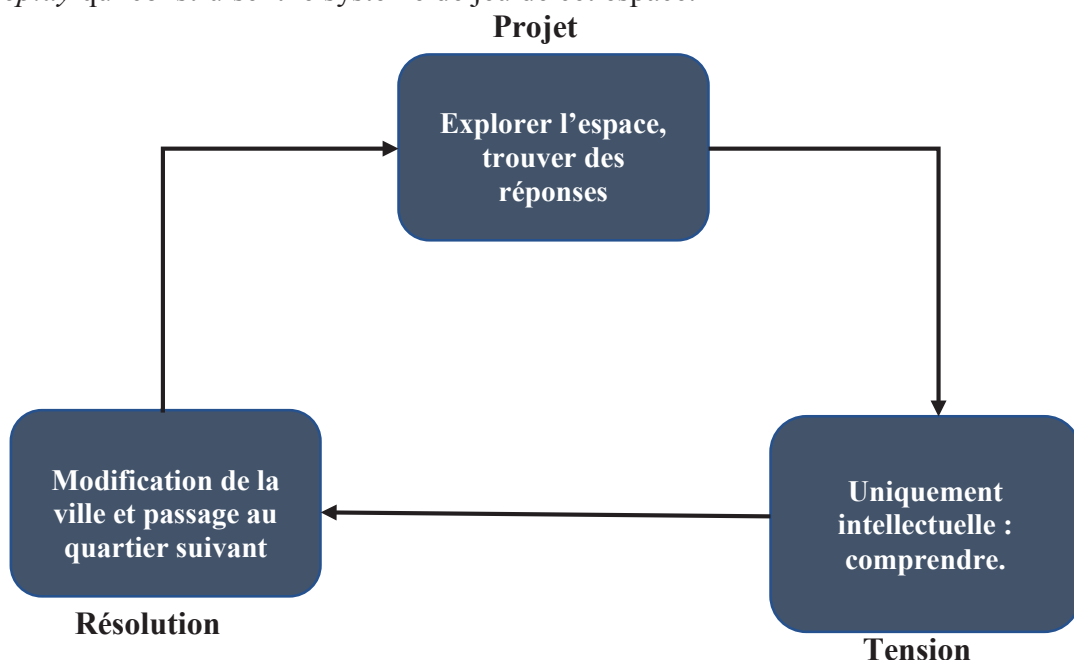


Figure 8.27 Boucle Moyenne de l'espace utopique de la Conscience

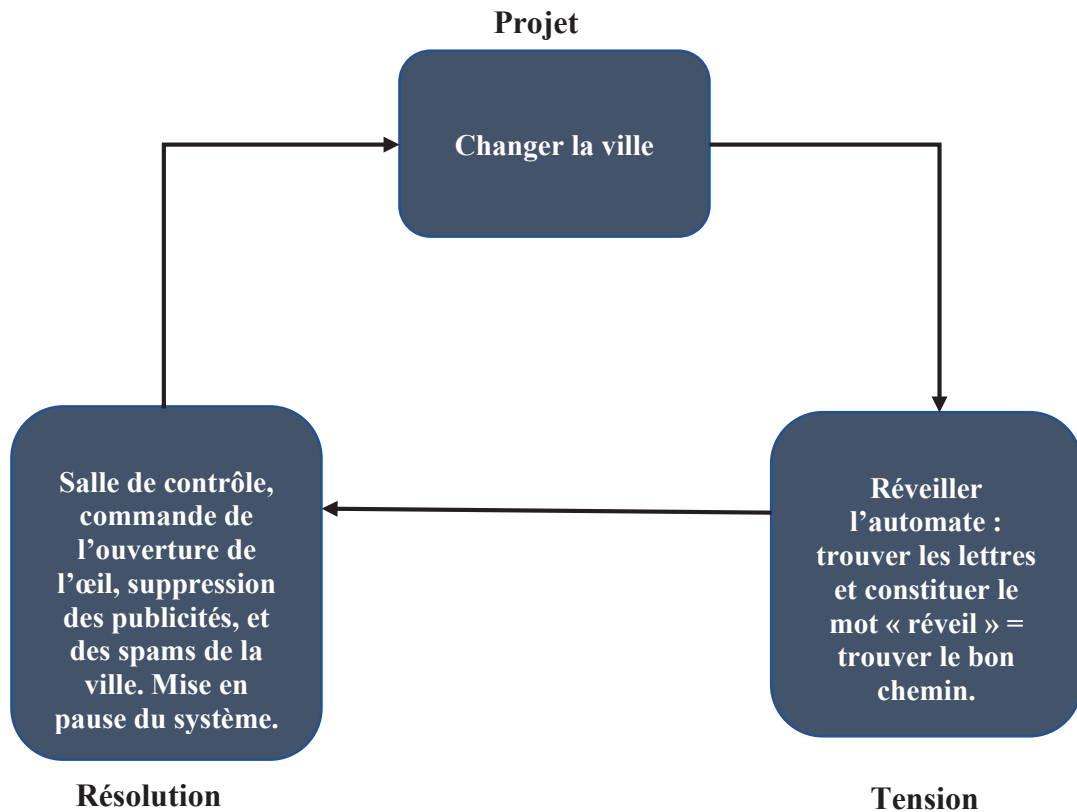


Figure 8.28 Boucle Micro de l'espace utopique de la Conscience

Lorsque le joueur a ouvert l'œil de l'automate, il peut retourner dans le Quartier du Maître Hasard. Celui-ci est figé, mis en pause, et permet au joueur, s'il le souhaite, de découvrir une démystification du quartier. Tous les éléments de stimulations servant à déclencher les publicités « pop-up » apparaissent. Les mécanismes des mini-jeux, leur pourcentage de chance de gagner et les rhétoriques mises en place sont révélés dans l'espace comme un négatif de ce qui était jusque-là dissimulé. Symboliquement, le joueur peut voir la ville telle qu'elle est, sans l'interface E-Ilusion. Il ramène également les valeurs de lenteur avec lui puisque son avatar ne peut plus courir, n'est plus pris dans une compétition, ni une logique d'accumulation et de consommation.

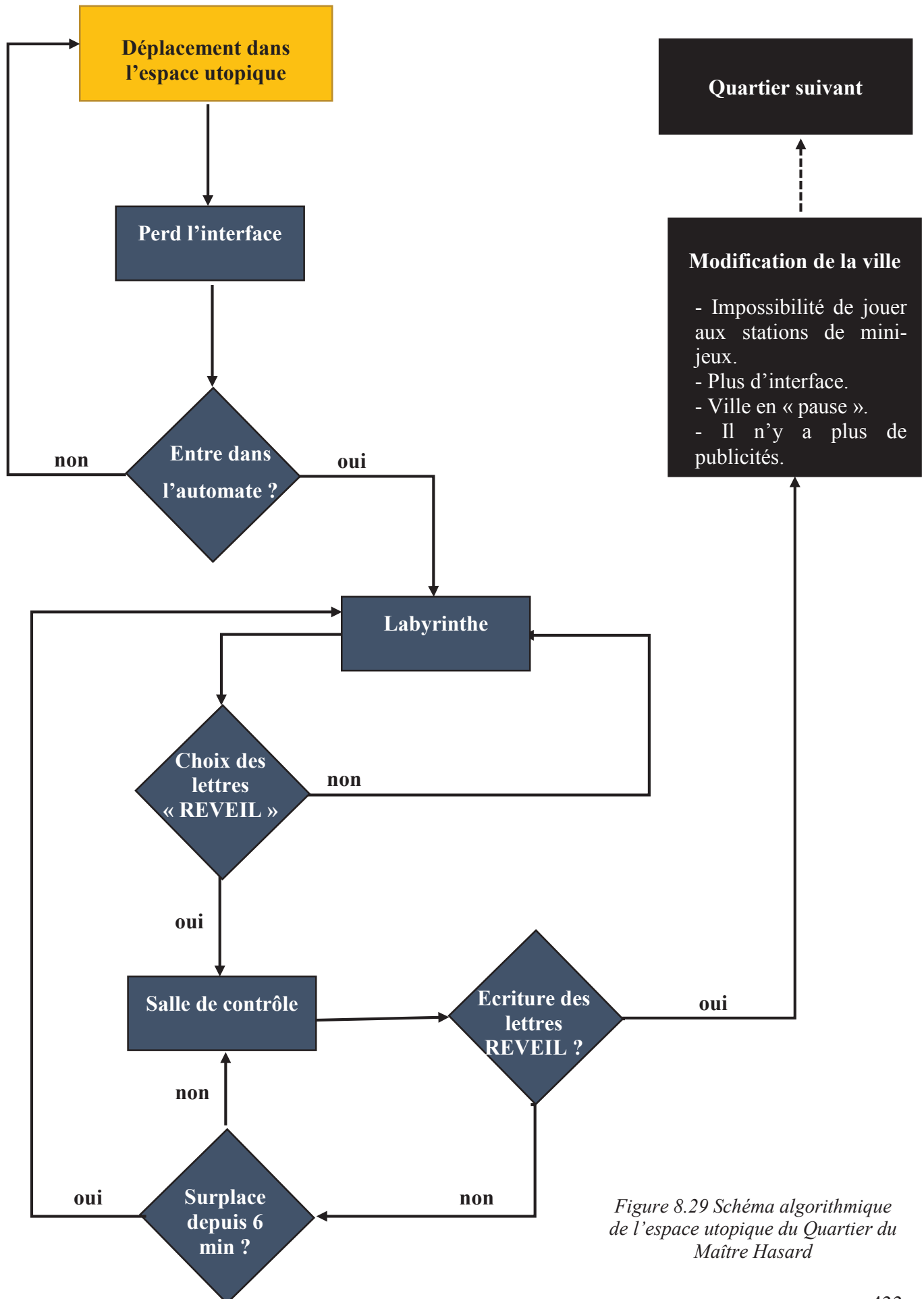


Figure 8.29 Schéma algorithmique de l'espace utopique du Quartier du Maître Hasard

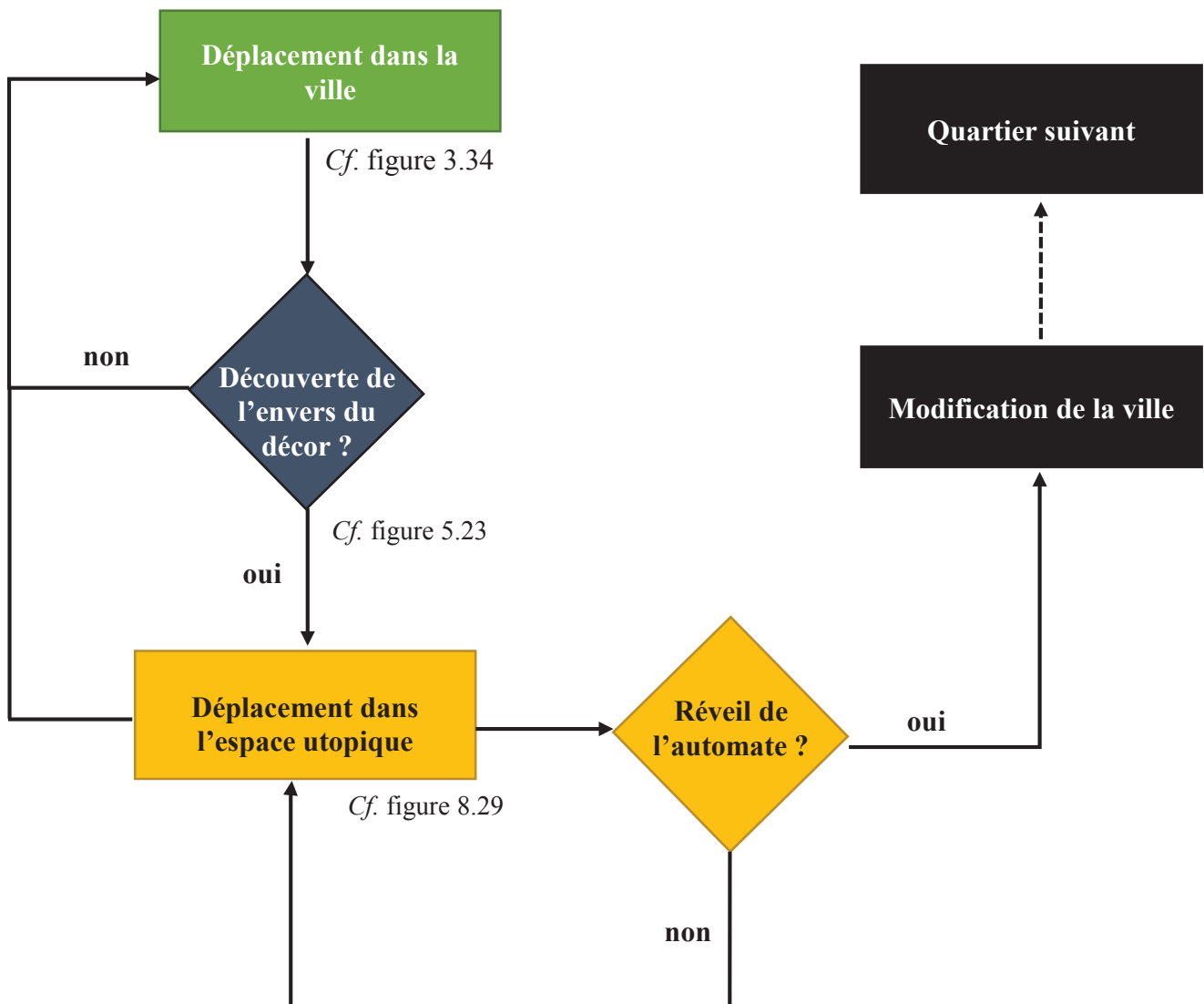


Figure 8.30 Schéma algorithmique récapitulatif et simplifié de l'ensemble du système de jeu du Quartier du Maître Hasard

-O-O-O-

L'utopie du Citoyen

Dans le Quartier du Maître Ego, le joueur ouvre une brèche dans le « Mur Invisible » qui lui permet de se faufiler dans l'illusion d'étendue. Il marche ainsi dans l'eau⁶² qui entoure cette banlieue. De la même manière que dans l'utopie de la Conscience, en explorant cet espace auquel il n'avait pas accès auparavant, le joueur peut voir les artifices de ce nouveau quartier. Il apparaît lui aussi comme un décor. Le joueur peut alors observer les éléments positionnés au loin pour créer l'horizon, comme autant de plans en deux dimensions construisant le décor de l'étendue. En marchant dans cette étendue d'eau, le joueur est confronté à son reflet. Il finit par accéder à un espace où tout est construit en miroir du Quartier du Maître Ego, ses actions remodelent les arènes de la télé-réalité présentes dans le niveau, brisent les écrans et les idoles pour détourner le regard des habitants de ces immenses écrans/miroirs.

Le miroir, après tout, c'est une utopie, puisque c'est un lieu sans lieu. Dans le miroir, je me vois là où je ne suis pas, dans un espace irréel qui s'ouvre virtuellement derrière la surface, je suis là-bas, là où je ne suis pas, une sorte d'ombre qui me donne à moi-même ma propre visibilité, qui me permet de me regarder là où je suis absent – utopie du miroir. Mais c'est également une hétérotopie dans la mesure, où le miroir existe réellement, et où il a, sur la place que j'occupe, une sorte d'effet en retour ; c'est à partir du miroir que je me découvre absent à la place où je suis puisque je me vois là-bas. A partir de ce regard qui en quelque sorte se porte sur moi, du fond de cet espace virtuel qui est de l'autre côté de la glace, je reviens vers moi et je recommence à porter mes yeux vers moi-même.⁶³

Ainsi, il est proposé d'utiliser le symbole du miroir et de l'eau, riches d'une histoire dans les arts comme fonction de passage vers un au-delà, reflets tant du narcissisme et de l'exacerbation du moi, que de sa nécessaire confrontation. La citation de Michel Foucault permet de créer un rapprochement entre ce miroir et l'écran, qui aujourd'hui par ses programmes et jeux vidéo reflètent la société contemporaine. C'est donc volontairement que les miroirs sont aussi les moyens de diffuser des images dans ce quartier. L'objectif du joueur est alors de briser leur fonction d'absorption de l'attention, pour leur donner celle de cette

⁶² Pour la première fois, il est révélé au joueur que cette ville est une île.

⁶³ M. FOUCAULT, « Des espaces autres », in *Architecture, Mouvement, Continuité*, n°5, octobre 1984, pp. 46-49.

confrontation, tout en valorisant le détournement des PNJ de ce niveau de jeu, afin de se doter à nouveau d'un engagement politique, hors des écrans et des simulacres.



Figure 8.31 Le Caravage, Narcisse, vers 1597-1599, huile sur toile, 110 x 92 cm

-O-O-O-

L'utopie du Temps historique

Dans le Quartier du Maître Instant, le joueur doit retrouver la brèche ouverte dans le sol, il peut ainsi accéder à un amphithéâtre de la mémoire et réveiller les influences historiques et les racines qui parcourent le quartier. L'utopie du Temps historique est de montrer les influences du passé et de les considérer pour construire l'avenir. L'espace est composé de jardins en friche et de vestiges. Les jardins sont utilisés comme un symbole fort de l'utopie, d'une nature reconquise⁶⁴. Ici en friche, ils révèlent la nécessité de reprendre son destin en main et de se réinvestir d'élans utopiques. Dans le texte de Michel Foucault, les jardins sont également cités parmi les hétérotopies.

Il ne faut oublier que le jardin, étonnante création maintenant millénaire, avait en Orient des significations très profondes et comme superposées. Le jardin traditionnel des persans était un espace sacré qui devait réunir à l'intérieur de son rectangle quatre parties représentant les quatre parties du monde, avec un espace plus sacré encore que les autres qui était comme l'ombilic, le nombril du monde en son milieu, (c'est là qu'étaient la vasque et le jet d'eau); et toute la végétation du jardin devait se répartir dans cet espace, dans cette sorte de microcosme. [...] Le jardin, c'est la plus petite parcelle du monde et puis c'est la totalité du monde. Le jardin, c'est, depuis le fond de l'Antiquité, une sorte d'hétérotopie heureuse et universalisante (de là nos jardins zoologiques).⁶⁵

Ici l'utopie n'est point heureuse, ni même mélancolique – comme pourrait le laisser croire l'ambiance romantique des vestiges et des jardins redevenus sauvages. Paul Sztulman, dans l'article précédemment cité « Décor, mon beau souci » crée un lien entre les jeux vidéo et l'art des jardins. Il y voit « [...] l'utopie nostalgique d'un paradis retrouvé qui n'en demeure pas moins un décor »⁶⁶. Cette vision du jeu vidéo, déjà présentée avec le procédé du « ha-ha » apparaît particulièrement pertinente au regard de l'art des jardins, art de l'*in situ*, tels que le décrivent les deux chercheurs Hervé Brunon, historien des jardins et du paysage, chercheur au CNRS, et Monique Mosser, historienne de l'architecture et des jardins, ingénieure au CNRS⁶⁷. Selon eux, les jardins sont des constructions fondées en interactions avec leur

⁶⁴ F. ROUVILLOIS, *op. cit.* pp. 29-32.

⁶⁵ M. FOUCAULT, *op. cit.*

⁶⁶ P. SZTULMAN, « Décor, Mon Beau Souci », *op. cit.*, p. 47.

⁶⁷ H. BRUNON, M. MOSSER, « L'enclos comme parcelle et totalité du monde : pour une approche holistique de l'art des jardins », in *Repenser les limites : l'architecture à travers l'espace, le temps et les disciplines*,

milieu, pris dans une épaisseur historique – celles des techniques, des savoirs et des représentations – qui se traduisent par ses courbes et ses ruines. Utiliser la symbolique du jardin et des ruines pour renouer avec le temps historique paraît particulièrement adapté à l'intention de cette utopie. Egaleme nt, le jardin permet de cultiver la métaphore de l'arbre généalogique, qui prend dans cet espace la forme d'un amphithéâtre de la mémoire. La quête du joueur s'y construit autour des reconnections nécessaires entre passé, présent et futur, en récupérant des graines historiques, qu'il lui faut planter dans la ville du Quartier du Maître Instant pour la transformer.

-O-O-O-

Une fois ces trois niveaux terminés, le joueur accède à un dernier niveau, il se situe dans le non-lieu absolu. Il peut faire le tour de l'île qu'il aperçoit au loin, marchant sur un plan, n'ayant aucune texture. Le jeu révèle son dernier artifice, l'ensemble du décor et la mise en scène auquel le joueur a pris part. Dans ce non-lieu total, une porte est positionnée dans un des angles du plan sur lequel le joueur marche. En l'empruntant le jeu s'éteint. Cette symbolique de la sortie, que l'on peut comparer à celle du film *The Truman Show* lorsque Truman emprunte une porte conduisant hors de la ville-studio, marque la fin de l'émancipation du joueur dans les limites de l'espace fictionnel. C'est maintenant en dehors du jeu qu'il faut agir.

Conclusion

Les jeux vidéo détiennent ce potentiel utopique qui ne demande qu'à être saisi. Les différentes théories de Mary Flanagan, Ian Bogost, ainsi que la méthodologie sociocritique, permettent de décoloniser ces espaces si on les applique à l'ensemble de ce que ces architectures rhétoriques mettent en scène. Ainsi ce sont d'autres représentations que celles reconnues et attendues, à la fois par l'industrie et par une majorité de joueurs, que ces espaces peuvent mettre en place dans l'orientation de l'*Artgame*, c'est-à-dire engagée et éclairée.

Finalement, à la lumière des deux notions proposées pour approfondir tant l'analyse des œuvres fictionnelles vidéoludiques, que leur construction, celles d'hypermédium et d'« architecture rhétorique », permettent encore une fois d'élargir la définition du jeu vidéo. En dehors des standards des modèles de conception ludique et des boucles de *gameplay*, tous deux appliqués sans conscience dans une majorité de jeux vidéo, le potentiel utopique vidéoludique apparaît. Deux visions s'affrontent : celle qui consiste à figer ce qui caractérise un jeu vidéo dans le cadre de la *gamification*, et celle, au contraire, ouverte de l'*Artgame*. Leur différence fondamentale se joue dans le fait que la *gamification*, à l'intérieur de sa trajectoire actuelle, fantasme l'augmentation de ludique et de fiction de la réalité comprise comme culture néolibérale. L'*Artgame*, lui, au contraire, dans les différentes rhétoriques qu'il déploie, exprime ce malaise. Il le rend visible, audible, actionnable. Le joueur est alors non plus considéré comme un joueur, mais comme ce citoyen du monde à qui il faut donner les armes pour s'émanciper. Il faut le pousser à sortir des boucles défaillantes du néolibéralisme pour qu'il retrouve ses aspirations à des ambitions plus grandes que son seul intérêt personnel. L'*Artgame*, dans la plupart de ses œuvres engagées¹, met en scène cette totalité dialectique, permettant la prise de conscience à l'intérieur de ces « enclaves » vidéoludiques. Celles-ci se font, finalement, non plus les porteuses non-conscientes de valeurs idéologiques dominantes, mais deviennent celles d'un « temps » propice à la réflexion et d'un espace réduit, propice à la remise en question, et au déroulement de représentations « autres ».

¹ En guise de rappel, il ne s'agit pas ici de dire que toutes les œuvres du mouvement de l'*Artgame* sont des œuvres engagées et héritières des Avant-garde. A ce propos, le chapitre 6 met en lumière cette problématique.

Conclusion

L'articulation intime entre les jeux vidéo, les modes contemporains d'être, d'agir et de penser, s'est faite ressentir tout au long de ce travail de recherche. Aujourd'hui, les jeux vidéo apparaissent comme un médium privilégié du 21^e siècle. Disséminés dans l'ensemble de la vie, ils redéfinissent l'être humain et témoignent surtout de ses aspirations à un monde sans contrainte, où le corps, le physique et le réel ne sont plus des obstacles, mais se plient à sa volonté. En jouant aux démiurges, les hommes trouvent dans les jeux vidéo des espaces dans lesquels ils sont maîtres, paramétrant ainsi leurs expériences et les aventures qu'ils souhaiteraient vivre aux différents moments de la journée. Saisissant cette aspiration fantasmée d'un monde dématérialisé, où tout est possible, la *gamification* propose de transformer le réel, de changer la condition humaine, de la dépasser par une vie augmentée de plaisirs ludiques. Sous ses discours convaincants et ses multiples manifestations, la *gamification* entretient l'utopie d'une société du jeu total dont tous les efforts contribuent plutôt à la préservation du système idéologique dominant : celui du néolibéralisme. Elle favorise la croyance selon laquelle le réel et le quotidien sont méprisables et peu dignes d'intérêt. Également, c'est l'idée que tout peut être augmenté et transformé qui apparaît ici, laquelle n'est pas sans écho au mouvement du posthumain qui projette l'avenir d'un autre homme, immortel, technologique, en bref qui n'aurait plus grand-chose de commun avec ce que l'on définit aujourd'hui comme « humain »¹.

¹ A ce sujet, se référer au séminaire de recherche, donné par Antoine Verdier, Maître de Conférences à l'Université Montpellier 3, « L'expression plastique du posthumain ou celle d'un mirage », à l'Université Paul Valéry, le 26 février 2015.

Suite à cette analyse, la *gamification* apparaît plutôt comme le « mythe » d'une réalité malade. Elle nécessite de voir émerger, à l'intérieur de cette adoption conséquente de la pensée ludique, des créations qui s'opposent à cette idée et dont les finalités, plus philosophiques et plus politiques, participent à la construction d'une pensée critique. En poussant les individus à accepter et à connaître leur condition, à créer des ambitions collectives, politiques et d'intérêt général, et à se réconcilier avec la réalité physique, ces œuvres vidéoludiques permettent d'ouvrir de nouvelles perspectives sur les jeux vidéo. Celles-ci peuvent alors ne plus apparaître comme les avatars d'un réenchantement du monde, mais comme le réveil nécessaire de ses citoyens. En effet, dans la société du jeu total, les individus se laissent bercer et aliéner par le caractère édulcoré d'un monde au service de l'assouvissement primaire de leurs pulsions libidineuses : ils sont pris dans la chaîne alimentaire du néolibéralisme. Les imaginaires, bon gré mal gré réquisitionnés, doivent être décolonisés. Ce programme passe nécessairement par une prise en considération de ce qui les conditionne. Les jeux instaurent la parfaite fabrique du consentement. Leurs aspects enfantins, leur absence d'ambition de vouloir se charger de discours politique ou sociétal, ainsi que leur apparente volonté de s'extraire du cours du monde leur donne un caractère innocent, hors de la vie et hors du temps. C'est pourquoi ces formes artistiques, ces productions culturelles méritent une attention toute particulière. Véhicules de l'esprit du temps, les jeux vidéo ne sont pas différents des jeux en ce sens : ils portent tous deux les stigmates des pouvoirs dominants. Leurs formes et leurs structures ne sont pas figées et sont toujours révélatrices d'une rhétorique au service d'une idéologie. Comprendre qu'il n'existe pas un seul jeu vidéo, une seule recette applicable, nécessite de déconstruire leurs mécaniques et leurs représentations pour faire apparaître ce qui se joue à l'intérieur des *game design patterns*, de la boucle de l'OCR, de ce *fun*, dont on ne saurait finalement dire en quoi il consiste réellement, mélange d'action, de rythme et de performance de la part du joueur et du jeu. En d'autres termes, d'accepter que ces formes soient modelées par des sujets culturels, pris dans un bain idéologique.

Accepter qu'un jeu vidéo ne soit pas *fun*, qu'il puisse être ennuyeux pour son propos, dramatique dans sa tonalité, ou sérieux dans son discours, voilà tout un programme dont le mouvement artistique de l'*Artgame* s'est emparé. Démontant les procédés des jeux vidéo à la manière de mécaniciens, ces artistes cherchent à construire des curiosités vidéoludiques comme des asiles pour des pensées de nature critique, philosophique et politique. Ces formes expérimentales font apparaître que la dimension spatiale du jeu vidéo, au même titre que celle

audible, visuelle ou mécanique, offre cette terre de refuge, non plus comme dans le cas de la *gamification* pour se substituer au réel, mais pour au contraire y déployer toute la critique nécessaire à l'émancipation de l'individu contemporain par la construction de nouvelles représentations. Ces « architectures rhétoriques » ne touchent cependant pas encore les cœurs et les têtes des joueurs comme l'illustre le récent débat autour du jeu *Sunset* (Juillet 2015) du collectif Tale of Tales. Ce collectif, concepteur d'*artgames*, a placé la majorité de ses créations artistiques à l'intérieur de l'industrie vidéoludique, rendant ainsi accessibles leurs *notgames* sur des plateformes telles que Steam ou l'Apple Store. De tous leurs jeux, *Sunset* est le premier à s'affirmer comme « un jeu pour les *gamers* »². Ceux-ci ont largement décrié cet « ovni » comme une aberration vidéoludique conduisant les deux artistes à arrêter ce combat artistique face au rejet de leur travail dont l'approche reste malgré tout expérimentale à la fois dans les représentations mises en scène et le rythme lent qui n'est pas celui attendu par les joueurs, conditionnés à la performance et à l'action.

Les espaces fictionnels vidéoludiques déploient une idéologie disséminée partout. Pour la majorité, ils se font le miroir délivrant le reflet complaisant du néolibéralisme qui peut alors voir ses principes pénétrer les esprits de chacun par le biais des représentations en jeu et des mécaniques ludiques en apparence inoffensives. L'histoire des jeux est à ce sujet éclairante car elle permet de voir les procédés d'instrumentalisation de ces formes de manière bien plus frappante que ces objets numériques qui séduisent et enchantent.

Décoloniser le médium vidéoludique, c'est alors élargir sa définition et accepter qu'il puisse prendre des formes étranges, laides, lentes pour réveiller son potentiel utopique. L'expression négative de l'*Artgame* est, par conséquent, nécessaire pour remettre en question les carcans, dans lesquels s'est enfermée l'industrie du jeu vidéo, et qui sont entretenus par la société du jeu total. Il s'y révèle aussi une volonté de proposer des alternatives, c'est-à-dire de lutter contre la croyance qu'il n'existe qu'un seul et unique modèle politique, économique, culturel, et social.

Alors que le jeu vidéo prend de plus en plus de place et envahit la société contemporaine, l'*Artgame*, lui, ne semble pas encore l'avoir trouvée : doit-il s'instituer dans le monde de l'art ? Ce n'est pas cela qui semble les intéresser. Doit-il trouver sa place au sein de

² Formule insistant sur ceux qui seraient les « véritables » joueurs de jeux vidéo, autrement dit sur les joueurs « types » de l'industrie vidéoludique, aveuglés pour la plus grande majorité par l'idéologie dominante, preuve du travail bien fait de l'offre et de la demande devenues ainsi cohérentes et indissociables.

l'industrie vidéoludique et auprès des joueurs ? Il est certain qu'il serait souhaitable que de plus en plus d'œuvres mettant en scène des propos réfléchis et critiques apparaissent sur le marché vidéoludique, participant ainsi à la construction de nouvelles mentalités, mais ne serait-ce pas prendre le risque de se censurer pour plaire au plus grand nombre, ou bien le cas contraire, de connaître un rejet total ? La plupart de ces œuvres se développent dans le cadre de laboratoires universitaires et connaissent un public restreint. Cependant l'entreprise de l'*Artgame* doit nécessairement continuer pour prendre la *gamification* à son propre jeu, transformant son pouvoir de « distraction » en celui du réveil et de prise de conscience. Pour cela, c'est un autre *game design* dont il faudrait faire la promotion, notamment en interrogeant la question de ses outils et en proposant de nouvelles manières de concevoir des jeux vidéo.

Pour oser un jeu différent et émancipé, la rhétorique procédurale, le *critical play* et la sociocritique offrent déjà une base solide, mais il reste encore à réconcilier les différentes strates culturelles et représentationnelles des jeux qui ont été regroupées sous le terme d'« hypermédium ». Pour modéliser ce caractère multidimensionnel du jeu vidéo, il est possible de proposer une boussole³ servant de lignes directrices dans la conception artistique, expressive et critique. Ce schéma apparaît également comme une grille d'analyse d'œuvres vidéoludiques. Lorsqu'il s'agit de concevoir un jeu, il est proposé au concepteur de partir d'un message ou d'un sujet duquel il dégage des valeurs ou des groupes de valeurs qui doivent trouver une incarnation dans une ou plusieurs mécaniques, c'est-à-dire dans un système. Ce premier cercle est séparé des règles du jeu par un écart, qui tient compte de la « fièvre de la simulation » proposé par Ian Bogost. Celui-ci peut empêcher le joueur d'avoir accès au message. Il est donc nécessaire de l'avoir en tête pour envisager des ajustements entre le message et les mécaniques. Ce premier cercle contient aussi les inspirations et sources principales qui créent une résonance avec le sujet développé. En faisant l'effort de la mettre à nu, cette résonance dévoile des exemples et des représentations qui irriguent avec force le projet. Les connaître permet un contrôle du message et une conscience des idéologèmes qu'il est alors possible de travailler et de transformer.

Dans le deuxième cercle, chaque mécanique peut communiquer avec une autre, créant ainsi une interrelation entre elles, ou entre des systèmes de *gameplay*. Dans ces relations se jouent déjà du sens et des émotions. Il est nécessaire de les déterminer afin de maîtriser la

³ Cf. annexes, figure A.13 « Boussole rhétorique de conception et d'analyse d'artgame » et figure A.14 « Boussole rhétorique de conception et d'analyse d'artgame, exemple d'application sur le projet *L'Envers du Décor* », pp. 501-502.

signification, autant que possible, de ce cercle de conception, correspondant à la rhétorique procédurale. Le troisième cercle concerne toutes les rhétoriques qui s'apparentent aux autres formes du jeu vidéo – le deuxième cercle étant plutôt axé sur la structure de celui-ci. On y retrouve donc différents points concernant tant les représentations visuelles, sonores, que les architectures rhétoriques pouvant englober à la fois la narration et les mises en scène spatiales. Les personnages (PNJ ou éventuellement autres joueurs) sont également présents dans cette sphère, mais ils constituent des objets distincts. Ici c'est à la fois leur dimension spatiale, les représentations qu'ils véhiculent et l'éventuelle narration qu'ils délivrent, qui poussent à les rapprocher de l'ensemble de cette rhétorique formelle. Enfin, le quatrième cercle, lui, s'attache à traiter de la dimension physique du jeu, dans ses logiciels, sa matérialité, et ses périphériques de contrôle, mais en tenant compte aussi du contexte dans lequel se joue le jeu.

Cet outil représente la synthèse des avancées que m'ont permis les différentes réflexions sur la conception d'un *artgame*, mais aussi bien sûr la confrontation pratique à la création du jeu *L'Envers Du Décor*. Il ne s'agit pas d'un outil de communication mais de création permettant à son concepteur de resituer les différents éléments discursifs du jeu dans une totalité signifiante pour le joueur. Son double sens de lecture, permet, en partant du quatrième cercle, pour remonter au premier, de voir le chemin inverse que le joueur parcourt pour parvenir au message. Ceci aide à prendre conscience de la difficulté et des couches interprétatives qui se succèdent, avant que ce dernier n'arrive au cœur des intentions des concepteurs.

Dans ce travail, deux autres propositions d'outils participant d'une nouvelle définition du jeu vidéo ont vu le jour au fil de la réflexion et de la rencontre du travail de plusieurs *game designers*.

- Le projet de création d'une bibliothèque de *game design patterns* critiques pourrait permettre une démystification des mécaniques de jeux en mettant en lumière leurs valeurs, leurs origines et leurs rhétoriques. L'idée n'est pas de tomber dans l'écueil de la répétition de mécaniques standardisées, en proposant une application « prête à l'emploi », mais plutôt d'identifier les figures de styles vidéoludiques et leurs possibles utilisations dans des jeux à la grammaire différente, se remplaçant au cœur d'une Totalité.

- La proposition d'un RGD recentrant sa « rationalité » pour la mettre non plus au service de la productivité, mais à celui d'une dimension éthique et philosophique, paraît, quant à elle, essentielle. Apparaissant en relief du travail de Mary Flanagan sur la marelle, ce RGD à la rationalité plus humaniste pourrait déployer une autre forme de réflexion sur les leviers de difficultés et les paramètres atomiques ludiques afin de comprendre en quoi ils participent à la construction d'un sens et d'une symbolique. En jouant sur ces éléments de *game design*, pouvant faire varier, la taille, la vitesse ou encore la fenêtre d'opportunité, c'est aussi le sens qui en est transformé. Ces leviers qui sont pour la plupart idéologiques, méritent d'être revisités pour comprendre comment ils créent des variations tant dans les actions du joueur que dans leurs significations.

Ces différents outils constituent une possible continuation de ce travail de doctorat dans la mesure où ils seront mis à l'épreuve dans la poursuite de la création de *L'Envers du Décor*. En effet, les deux derniers niveaux représentant le Quartier du Maître Ego et le Quartier du Maître Instant sont encore à l'état d'ébauche et vont permettre l'expérimentation de ces outils dans le cadre de la conception d'*artgames*.

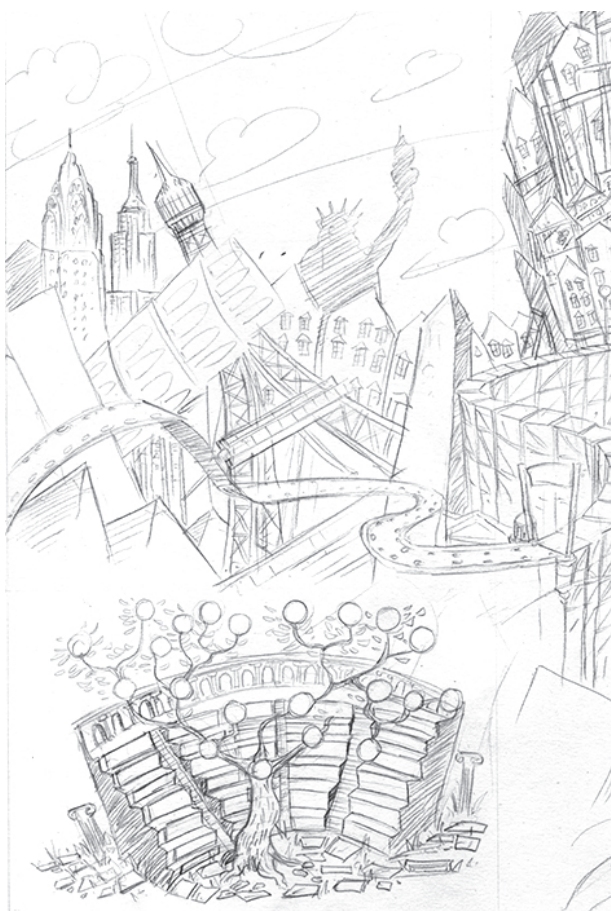


Figure C.1 Vincent Aubry, croquis du Quartier du Maître Instant et son espace utopique représentant un amphithéâtre de la mémoire ainsi qu'un arbre généalogique

Ce projet artistique va continuer de s'enrichir théoriquement pour trouver sa place au milieu de ce panludisme. L'ambition qui l'accompagne est de contribuer à la consolidation du mouvement artistique de l'*Artgame*, en faisant du jeu vidéo cet hypermédium, capable de porter et de susciter des élans critiques vitaux. Son vœu est de pousser à la réappropriation de ces territoires pour en faire des espaces d'émancipation tant du médium que de l'artiste et de l'individu contemporain, incarnant l'un et l'autre cet *homo ludens* de la société du jeu total.



Figure C.2 Capture d'écran de *L'Envers du Décor*, *Quartier du Maître Hasard*

Références

bibliographiques

1. OUVRAGES (classés par ordre alphabétique)

ALBINET Marc, *Concevoir un Jeu Vidéo*, Paris, FYP, 2010.

ALEXANDER Christopher, ISHIKAWA Sara, SILVERSTEIN Murray, *A Pattern Language*, New York, Oxford University Press, 1977.

ALEXANDER Christopher, *The Timeless Way of Buildings*, USA, Library of Congress, 1979, pp. 19-137.

ALVAREZ Julian, DJAOUTI Damien, *Introduction au serious game*, Paris, L>P Questions Théoriques, 2010.

AMEY Claude, « L'utopie à l'envers », *Imaginaires et Utopies du XXIème siècle*, Séminaires Interarts, Paris 2001-2002, Paris, Klincksieck, 2003.

ANDERSEN Niels Åkherstrom., *Power at Play, The Relationship between play work and governance*, Angleterre, Palgrave and MacMillan, 2009.

ANTHROPY Anna, *The Rise of the Zinisters*, United States, A seven stories Press First Edition, 2012.

ARISTOTE, *La Rhétorique*, traduction Norbert Bonafous, Paris, A. Durand, 1856.

ARISTOTE, *Poétique*, VI, 1451b, traduction Michel Magnien, Les Belles Lettres, Librairie Générale Française, 1990.

ARRAULT Valérie, *L'Empire du Kitsch*, Paris, Klincksieck, 2010.

BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, Seuil, 1957

BAUDRILLARD Jean, *La Société de Consommation*, Paris, Denoël, 1970.

BEHAR Henri, CARASSOU Michel, *Dada, Histoire d'une subversion*, Paris, Fayard, 1990, 2005.

- BENJAMIN Walter, *L'œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique*, traduction Maurice de Gandillac, Paris, Allia, 2003.
- Big, Fast and Open Data*, collectif sous la direction de Yannick LEJEUNE, Paris, FYP, 2014.
- BJORK Staffan, HOLOPAINEN Jussi, *Patterns In Game Design*, USA, Charles River Media, 2005.
- BOGOST Ian, FERRARI Simon , SCHWEIZER Bobby, *Newsgames, Journalism at play*, Cambridge, MIT Press, 2010.
- BOGOST Ian, *Persuasive Games, The Expressive power of videogames*, Cambridge, MIT Press, 2007.
- BRETON André, *Manifestes du Surréalisme*, Paris, Gallimard, Société Nouvelle des Editions Pauvert, 1979.
- BROUGERE Gilles, *Jouets et Compagnies*, Paris, Un ordre d'idées, 2003.
- BRUKNER Pascal, MICHEA Jean-Claude, FINKIELKRAUT Alain, *Les valeurs de l'individu contemporain*, Genève, Editions du Tricorne, 2001.
- CAILLOIS Roger, *Les jeux et les hommes*, Gallimard, Paris, 1967.
- CAILLOIS Roger, *L'homme et le sacré*, Gallimard, Paris, 1950.
- CAMPBELL Joseph, *Le Héros aux mille et un visages*, Paris, Oxus, 2010.
- CASTRONOVA Edward, *Exodus to the Virtual World: how online fun is changing reality*, New-York, PALGRAVE MACMILLAN, 2008.
- CHAMAYOU Grégoire, *Théorie du drone*, Paris, La Fabrique, 2013.
- COTTA Alain, *La Société Ludique*, Paris, Grasset et Fasquelle, 1980.
- CRABBE Carole, DELFORGE Isabelle, *Jouets de la mondialisation*, Ixelles, Editions Vista, 2002.
- CROS Edmond, *La Sociocritique*, Paris, L'Harmattan, 2003.

- CSIKSZENTMIHALYI Mihaly, *Vivre, La psychologie du bonheur*, Robert Laffont, Paris, 2004.
- D'AUREVILLY Jules Barbey, *Du Dandysme et de George Brummel*, Préface, Paris, Payot & Rivages, 1997, disponible en ligne (consulté le 04.06.15) à l'url suivant : http://fr.wikisource.org/wiki/Du_Dandysme_et_de_George_Brummell.
- DACHY Marc, *Dada, La Révolte de l'art*, Paris, Gallimard, 2005.
- DE TOCQUEVILLE Alexis, *De la démocratie en Amérique, choix de textes et introduction par Philippe Raynaud*, Paris, Gallimard, 2010.
- DEBORD Guy, *La Société du Spectacle*, Paris, Gallimard, 1992.
- DEBORD Guy, *Rapports sur la construction des situations*, Paris, Mille et une Nuits, 2000.
- Digital Natives, Culture, Génération et Consommation*, collectif sous la direction de Thomas Stenger, Paris, EMPS, 2015.
- DUFLO Colas, *Le Jeu, De Pascal à Schiller*, Paris, PUF, 1997.
- DUFOUR Dany-Robert, *L'individu qui vient...après le libéralisme*, Paris, Denoël, 2011.
- DURKHEIM Emile, *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Paris, PUF, 2003.
- ENGELS Friedrich, *La situation de la classe laborieuse en Angleterre*, traduction P. Backe et P-J. Berthaud, Paris, Mille et Une Nuits, 2009.
- FLANAGAN Mary, *Critical Play, Radical Game design*, Cambridge, MIT Press, 2009.
- FLANAGAN Mary, NISSEMBAUM Helen, *Values at Play in Digital Games*, Cambridge, MIT Press, 2014.
- Fluxus Dixit, Une Anthologie Vol.1*, textes réunis et présentés par Nicolas FEUILLIS, Dijon, Les Presses du Réel, 2002.
- FORD Henry, *My Life and Work*, Chapitre VI « Machines and Men », E-book produit par Marvin Hodges, Tom Allen, Eric Eldred, Charles Franks, Blackmask Online, 2002.
- FOUCAULT Michel, *Le Corps Utopiques, les Hétérotopies*, Paris, Nouvelles Lignes, 2009.

- FOUILLET Aurélien, *L'Empire Ludique, Comment le monde devient (enfin) un jeu*, Les éditions nouvelles François Bourin, Paris, 2014.
- FREUD Sigmund, *Le Malaise dans la Culture*, Paris, PUF, 1995.
- FREUD Sigmund, *Le moi et le ça*, traduction Dr. S. Jankélévitch, version numérique produite par Gema Paquet, collection Les Classiques des sciences sociales, Bibliothèque Paul-Emile-Boulet, Université de Québec.
- Game Scenes*, sous la direction de Matteo BITTANTI et Domenico QUARANTA, Mila, Johan & Levi Editore, 2006.
- GAUCHET Marcel, *Le désenchantement du monde, Une histoire politique de la religion*, Paris, Gallimard, 1985.
- GAUCHET Marcel, *Un monde désenchanté?*, Paris, Pocket, 2007.
- GENVO Sébastien, *Le Jeu à son ère numérique, comprendre et analyser les jeux vidéo*, Paris, L'Harmattan, 2009.
- GIBSON James J., *Approche Ecologique de la perception visuelle*, traduction Olivier Putois, Editions Dehors, 2004.
- GODIN Christian, *La Totalité*, Tome 3, « La Philosophie », Paris, Champ Vallon, 2000.
- GROSSEIN Jean-Pierre, "Présentation", in Max WEBER, *Sociologie des religions*, Paris, Gallimard, 1996.
- HARGRAVE, Catherine Perry, *A History of Playing Cards, and a bibliography of cards and gaming*, New-York, Dover Publication, 2013.
- HEGEL Georg W. F., *Encyclopédie des sciences philosophiques, tome I, La science de la logique*, traduction Bernard Bourgeois, Paris, Librairie Philosophique J. Vrin, 1994.
- HEGEL Georg W. F., *La Phénoménologie de l'Esprit*, Préface, (édition de 1807), traduction Jean-Pierre Lefebvre, Paris, Aubier, 1991.
- HERODOTE, *Histoire*, livre I, XCIV, traduction Larcher, 1850, Paris.
- HUIZINGA Johan, *Homo Ludens, Essai sur la fonction sociale du jeu*, Paris, Gallimard, 1951.

- JACQUES Emmanuelle, *Le Plaisir de jouer ensemble, joueurs casuels et interfaces gestuelles de la Wii*, Paris, L'Harmattan, 2011.
- JAMESON Fredric, *Archéologies du Futur, Le désir nommé utopie*, Paris, Max Milo ; 2007.
- JAMESON Fredric, *Le Postmodernisme, ou la logique du capitalisme tardif*, Paris, Ecole Nationale supérieure des beaux-arts, 2007.
- JIMENEZ Marc, *La Querelle de l'art contemporain*, Paris, Gallimard, 2005.
- KARSENTI Bruno, *Marcel Mauss, Le fait social total*, Paris, PUF, 1994.
- LASCH Christopher, *La Culture du Narcissisme*, Paris, Flammarion, 2006.
- Le Grand jeu, débats autour de quelques avatars médiatiques*, collectif sous la direction de Nicolas SANTOLARIA et Laurent TREMEL, Paris, Puf, 2004.
- Les jeux vidéo : pratiques, contenus et enjeux sociaux*, collectif sous la direction de Tony FORTIN, Philippe MORA, Laurent TREMEL, Paris, L'Harmattan, 2005
- LEVI-STRAUSS Claude, *Introduction à l'œuvre de Marcel Mauss*, Paris, PUF, 2012.
- LHÔTE Jean-Marie, *Histoire des Jeux de Société*, Paris, Flammarion, 1994.
- LHÔTE Jean-Marie, *Le Symbolisme des jeux*, Paris, Berg-International, 2010.
- LIPOVETSKY Gilles, SERROY Jean, *L'esthétisation du monde, vivre à l'âge du capitalisme artiste*, « Introduction », Paris, Gallimard, 2013, pp. 9-36.
- LIPOVETSKY Gilles, SERROY Jean, *La Culture-Monde, Réponse à une société désorientée*, Paris, Odile Jacob, 2008.
- LOFTUS Geoffrey R., Elizabeth F., *Mind At Play, the psychology of video games*, New-York, Basic Books, Inc. 1983.
- LUKACS Georg, *Histoire et conscience des classes*, traduction K. Axelos et J. Bois, Paris, Les éditions de Minuit, 1960.
- LUSSAC Olivier, *Happening & Fluxus, polyexpressivité et pratique concrète des arts*, Paris, L'Harmattan, 2004.

- LYNCH Kevin, *L'Image de la Cité*, Paris, Dunod, 1999.
- MARCZEWSKI Andrzej, *Gamification: A Simple Introduction & a Bit More*, Kindle Edition, 2011.
- MAUCO Olivier, *GTA IV, L'envers du rêve américain*, Paris, Questions Théoriques, 2013.
- MAUSS, Marcel *Essai sur le don, Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*, Paris, PUF, 2012.
- MAYRA Frans, *An Introduction to game studies, Games and Culture*, Londres, Sage Publications, 2008.
- MCGONIGAL Jane, *Reality Is Broken, Why games make us better and how they can change the world*, New-York, Pinguin Books, 2011.
- MICHEA Jean-Claude, *L'Empire du moindre mal, essai sur la civilisation libérale*, Paris, Flammarion, 2010.
- NATKIN Stéphane, *Jeux video et medias du XXIe siècle, Quels modèles pour les nouveaux loisirs numériques?* Vuibert, Paris, 2004, 2010.
- NIETZSCHE Friedrich, *La Généalogie de la morale*, traduction Isabelle Hildenbrand et Jean Gratién, Paris, Gallimard, 1971.
- NIETZSCHE Friedrich, *La Naissance de la Tragédie*, Textes divers, "Socrate et la Tragédie", Paris, Gallimard, 1977.
- NIETZSCHE Friedrich, *Le Gai Savoir*, traduction Patrick Wotling, Flammarion, Paris, 2007.
- NORMAN Donald, *The Invisible Computer*, Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 1998.
- PAHARIA Rajat, *Loyalty 3.0: How to Revolutionize customer and Employee Engagement with the Big Data and Gamification*, New-York, McGraw-Hill, 2013.
- PASSERON René, *Pour une philosophie de la création*, Paris, Klincksieck, 1989.
- PASTOUREAU Michel, *Le Jeu d'échecs médiéval, une histoire symbolique*, Paris, Le Léopard d'or, 2012.

- PINGAUD, François, *Le Jeu-Projet, Structure – Hasard – Liberté*, Montpellier, G.E.L, 2002.
- PLATON, *Gorgias*, traduction Emile Chambry, La bibliothèque électronique du Québec, collection *Philosophie*, vol.11.
- RECHT Roland, *Le Croire et le Voir. L'art des cathédrales (XIIe – XVe siècle)*, Paris, Gallimard, 1999.
- REEVES Byron, READ J. Leighton, *Total Engagement, Using games and virtual worlds to change the way people work and businesses compete*, Harvard Business Press, Boston, Massachusetts, 2009.
- ROGEL Thierry, *Sociologie des super-héros*, Paris, Hermann Editeurs, 2012.
- ROUVILLOIS François, *L'Utopie*, Paris, Flammarion, 1998
- SCHAEFFER Jean-Marie, *Pourquoi la fiction?* Paris, Seuil, 1999.
- SCHRANK Brian, *Avant-garde videogames, playing with technoculture*, Cambridge, MIT Press, 2014.
- SHARP John, *Works Of Games*, Cambridge, MIT Press, 2015.
- SICART Miguel, *Beyond Choices: the design of ethical gameplay*, Cambridge, MIT Press, 2013.
- SICART Miguel, *Play Matters*, Cambridge, MIT Press, 2014.
- SINGER Peter W., *Wired For War*, New-York, The Pinguin Press, 2009.
- STEBE Jean-Marc, *Qu'est-ce qu'une utopie ?* Paris, Vrin, 2011.
- THENARD-DUVIVIER François, *Images Sculptées au seuil des cathédrales : les portails de Rouen, Lyon et Avignon (XIIIe – XIVe siècles)*, Mont-Saint-Aignan, PURH, 2012.
- TOTTEN Christopher, *An Architectural Approach to Level Design*, Boca Raton, Floride, CRC Press, 2014.
- TREMEL Laurent, FORTIN Tony, *Mythologies des jeux vidéo*, Paris, Le Cavalier Bleu, 2009.

- TREMEL Laurent, *Jeux de rôles, Jeux vidéo, multimédia, Les faiseurs de monde*, Paris, PUF, 2001.
- TRICLOT Mathieu, *Philosophie des Jeux Vidéo*, Paris, La Découverte, 2011.
- VENTURI Robert, SCOTT BROWN Denise, IZENOUR Steven, *L'enseignement de Las Vegas*, Paris, Editions Mardaga, 2008.
- VON BORRIES Friedrich, P. WALZ Steffen, BÖTTGER Matthias, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level*, Berlin, Birkhäuser Verlag AG, 2007.
- WALZ Stephan P., DETERDING Sebastian, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, Massachusetts, 2015.
- WARDRIIP-FRUIN Noah, HARRIGAN Pat, *First Person, New Media as Story, Performance and Game*, Cambridge, MIT Press, 2004.
- WERBACH Kevin, *For the Win : How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*, Philadelphie, Wharton Digital Press, 2012.
- ZICHERMANN Gabe, CUNNINGHAM Christopher, *Gamification by Design, Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*, Préface, O'Reilly Media, Sebastopol, Californie, 2011.
- ZICHERMANN Gabe, *The Gamification Revolution*, McGraw-Hill, New-York, 2013.

2. ARTICLES (classés par ordre alphabétique)

- AARSETH Espen, « Allegories of Space, The Question of Spatiality in Computer Games », in *Cybertext Yearbook 2000*, Jyväskylä, Finlande, University of Jyväskylä, 2000, pp. 152-171.
- ABENSOUR Miguel, « L'Utopie, une nécessaire technique du réveil », in *L'Atlas des utopies*, numéro hors-série du *Monde*, 2012, pp. 8-9.
- ALTHUSSER Louis, « Idéologie et appareils idéologiques d'Etat, Notes pour une Recherche », parution originale dans la revue *La Pensée*, n°115, Juin 1970, repris dans *Positions*, Paris, Les Editions Sociales, 1976, pp. 67-125.
- AMIOT Anne-Marie, « Georges Ribemont-Dessaignes : du nihilisme Dada au dithyrambe dionysiaque », in *Noesis*, disponible en ligne (consulté le 18.08.15) disponible à l'url suivant : <http://noesis.revues.org/33>.
- ARMISEN-MARCHETTI Mireille, « Le Miel de Lucrèce : poétique, rhétorique et psychologie de la persuasion dans le *De Rerum Natura* », *Vita Latina*, n°134, 1994, pp. 9-17.
- ARRAULT Valérie, « De la difficulté d'une esthétique émancipatrice », in *Imaginaires et Utopies*, collectif sous la direction de Marc Jimenez, Claude Amey, Valérie Arrault, Pierre Albert Castanet, Séminaires interarts 2001-2002, Paris, Klincksieck, 2003, pp. 23-41.
- ARRAULT, Valérie, JACQUES, Emmanuelle, « Quelques paradoxes du gratuit et du convivial dans les jeux vidéo sociaux sur Facebook ? », in *Les Jeux vidéo, Quand Jouer c'est communiquer*, Hermes La Revue, n°62, CNRS édition, 2012.
- AURAY Nicolas, GEORGES Fanny, « Les productions audiovisuelles des joueurs de jeux vidéo : entre formation professionnelle et apprentissages esthétiques autodidactes », *Industrie Culturelles et Internet*, Réseaux n°175, 2012, pp. 145-173.

- BARTLE Richard, « Presence and Flow : Ill-Fitting Clothes for Virtual Worlds », in. *Techné : Research in Philosophy and Technology* v10(3), 2007, pp. 39-54.
- BITTANTI Matteo, « Game Art (This is not) A Manifesto, (This is) A Disclaimer », in. *Game Scenes*, Mila, Johan & Levi Editore, 2006, pp. 7-14.
- BJÖRK Staffan, JULL Jesper, « Zero-Player Games », *Philosophy of Computer Games Conference*, Madrid, 2012
- BJÖRK Staffan, LUNDGREN Sus, HOLOPAINEN Jussi, « Game Design Patterns », in *Level Up: Digital Games Research Conference*, 2003, disponible en ligne (consulté le 07.08.15) à l'url suivant : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.111.96&rep=rep1&type=pdf>.
- BLANCHET Alexis, « « Download... Une courte histoire de la dématérialisation des jeux vidéo », *Mise au point*, 4 | 2012, disponible en ligne (consulté le 29.07.15), à l'url suivant : <http://map.revues.org/642>.
- BLYTHE Mark, HASSENZAHN Marc, Chapitre 8 « The Semantic of Fun : differentiating enjoyable experiences », in. M. BLYTHE, K. OVERBEEKE, A.F. MONK, P.C. WRIGHT, *Funology, From usability to enjoyment*, Springer Netherland, Kluwer Academic Publishers, 2003, pp. 91-100.
- BOGOST Ian, « Persuasion and Gamespace », in F. VON BORRIES, S. P. WALZ, M. BÖTTGER, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level*, Berlin, Birkhäuser Verlag AG, 2007, pp. 304-311.
- BOGOST Ian, « Why gamification is bullshit », in. S. WALZ, S. DETERDING *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp. 65-80.
- BRATHWAITE Brenda, SHARP John, « The Medium is the Message, A post mortem in progress » paru dans l'ouvrage collectif *Ethics and Game Design : Teaching Values through Play*, dirigé par Karen Schrier et David Gibson, New-York, Information Science Reference, 2010, pp. 311-329.
- BROUGERE Gilles, « Le Jeu entre éducation et divertissement », in. *MEI « Médiation et Information »*, n°18, 2003, pp. 43-52.

- BRUNON Hervé, MOSSER Monique, « L'enclos comme parcelle et totalité du monde : pour une approche holistique de l'art des jardins », in *Repenser les limites : l'architecture à travers l'espace, le temps et les disciplines*, Paris, INHA (« Actes de colloques »), 2005, disponible en ligne (consulté le 20.09.15), à l'url suivant : <http://inha.revues.org/1479>.
- BÜRGER Peter, « L'héritage ambigu de l'Avant-Garde », annexes de *La Théorie de l'Avant-Garde*, traduction Jean-Pierre Cometti, Paris, Questions Théoriques, 2013, pp. 169-181.
- CARSON Don, « Environmental Storytelling : Creating Immersive 3D Worlds using lessons learned from the Theme Park Industry » disponible en ligne (consulté le 10.05.15), à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/view/feature/3186/environmental_storytelling.php.
- CLAIS Jean-Baptiste, ROUSTAN Mélanie, « « Les jeux vidéo, c'est physique ! » Réalité virtuelle et engagement du corps dans la pratique vidéoludique », in *La Pratique du Jeu vidéo : réalité ou virtualité ?* collectif sous la direction de Mélanie Roustan, Paris, L'Harmattan, 2003, pp. 35-52.
- COOPER Seth, « Massively multiplayer research : gamification and (citizen) science », in. S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, p. 487-500.
- COSTIKYAN Greg, « I Have No Words & I Must Design : Toward a Critical Vocabulary for Games » - *Proceedings of computer Games and Digital cultures Conferences*, ed. Frans Mäyrä, Tampere University Press, 2002.
- COSTIKYAN Greg, « Molleindustria's Unmanned: Excellence Through Boredom », 2012, publié sur le site Gamasutra, disponible en ligne (consulté le 04.09.15) à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/blogs/GregCostikyan/20120529/171195/Molleindustrias_Unmanned_Excellence_Through_Boredom.php.
- CRAIPEAU Sylvie, « Les jeux vidéo, utopies expérimentales », in. *Psychotropes*, 2009/1 (Vol 15), Paris, De Boeck Supérieur, 2009, pp. 59-75.
- DARRIULAT Jacques, « Aristote *La Rhétorique* », disponible sur le site du philosophe en ligne (consulté le 04.08.15) à l'url suivant : <http://www.jdarriulat.net/Introductionphiloesht/Antiquite/Aristote/AristoteRhetor.html>.

- DASTE Sophie, « Jeu, Sexe et Meurtre : *The Intruder* de Natalie Boochkin », OMNSH (Observatoire des Mondes Numériques en Sciences Humaines), 2008, disponible en ligne (consulté le 21.08.15), à l'url suivant : <http://www.omnsh.org/ressources/479/jeu-sexe-et-meurtre-intruder-de-natalie-bookchin>.
- DAVIDSON Drew, « The Rhetoric of Gameplay », 2003, disponible sur le site de l'auteur (consulté le 30.07.15) à l'url suivant : <http://waxeabb.com/writings/gamerhet.html>.
- DETERDING Sebastian, "The Ambiguity of games : histories and discourses of a gameful world", in. S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp. 23-64.
- DETERDING Sebastian, « From Game Design Elements to Gamefulness : defining gamification », Proceedings of the 2011 *MindTrek* Conference, Vancouver, Canada.
- DHAOUADI Henda, « Aux sources du discours argumentaire, Aristote et la *Rhétorique* », in. *Revue Synergies Monde arabe*, n°8, 2011, pp. 43-65.
- DRUCKER Johanna, « Sweet Dreams, Contemporary Art and Complicity », publié sur le site de l'université de Chicago, en ligne (consulté le 31.08.15) à l'url suivant : <http://www.press.uchicago.edu/Misc/Chicago/165043.html>.
- DUPIRE Jérôme, NATKIN Stéphane, « Du jeu sérieux au jeu utile », *Jeu sérieux, révolution pédagogique ou effet de mode*, in. *Revue d'intelligence artificielle*, n°25/2, Paris, Lavoisier, 2011, pp. 143-146.
- E. GUARDIOLA, « L'histoire que nous faisons vivre au joueur : la structure ludo-narrative », in. *Le Game Design de jeux vidéo*, collectif sous la direction de Sébastien Genvo, Paris, L'Harmattan, 2005, pp. 161-174.
- FLANAGAN Mary, « Une maison de poupée virtuelle capitaliste ? The Sims : Domesticité, consommation et féminité », in. *La Pratique du Jeu Vidéo : Réalité ou virtualité*, collectif sous la direction de Mélanie Roustan, Paris, L'Harmattan, 2003, pp. 175-188.
- FLEMMING Peter, « The Playing Fields of Late capitalism », in. *Ephemera* 11(4), 2011, pp. 449-500.

- FORD Henry, « Why I favor five days' work with six days' pay », in *World's Work*, Octobre 1926, pp. 613-616.
- FOURMENTRAUX Jean-Paul, *L'œuvre virale : net art et culture Hacker*, Paris, La Lettre Volée, 2013.
- FRASCA Gonzalo, « Ludologists love stories too : notes from a debate that never took place », Digra, 2003.
- FULLER Mary, JENKINS Henry, « Nintendo® and New World Travel Writing », in. *Cybersociety : Computer-Mediated Communication and Community*, Steven G. Jones, Thousand Oaks : Sage Publication 1995, pp. 57-72.
- GENVO Sébastien, « Comprendre les différentes formes du « faire soi-même » dans les jeux vidéo », Ludovia, 2008.
- GENVO Sébastien, « Comprendre et développer le potentiel expressif des jeux vidéo », in. *Hermès « Quand Communiquer c'est jouer »*, La Revue, CNRS, numéro coordonné par J.P. LAFRANCE et N. OLIVIERI.
- GENVO Sébastien, « Du rôle de la masculinité militarisée dans la médiation ludique sur support numérique », *Quaderni*, n°67, 2012, p. 49, disponible en ligne (consulté le 04.09.15), <http://quaderni.revues.org/282>.
- GENVO Sébastien, « Penser la formation et les évolutions du jeu sur support numérique », 2013, disponible en ligne (consulté le 21.06.15) à l'url suivant : <http://www.ludologique.com/wordpress/?p=445>.
- GOOSSENS Roger, « L'invention des jeux (Cratès, fr.24 kock), in. *Revue belge de philologie et d'histoire*. Tome 30 fasc. 1-2, 1952, pp. 146-156.
- GRACE Lindsay, « Critical Games : Critical Design in Independent Games », Proceedings of DiGRA 2014, disponible en ligne (consulté le 26.08.15) à l'url suivant : <http://www.lgrace.com/documents/Critical%20Games%20Critical%20Design%20in%20Independent%20Games.pdf>.
- GREENBERG Clément, « Avant-garde and Kitsch », in. *Partisan Review*, 6 :5 (1939), p. 34-49.

- GRIMES Sara M., FEENBERG Andrew, « Rationalizing Play : a critical theory of digital gaming », in. *The Information society*, vol. 25(2), 2009, pp. 105-108.
- GRUSIN Richard, BOLTER Jay D., Remediation, Chapitre 1 « Immediacy, Hypermediacy, and Remediation », Cambridge, MIT Press, 1998, pp. 20-50.
- HENDRICKS Jon, « Qu'est-ce que Fluxus ? Qu'est-ce que ce n'est pas ! Et pourquoi ? », in. *Fluxus, Révolution*, Paris, L'esprit du Temps, 2009, pp. 7-12.
- HOLMES Tiffany, « Arcade Classic Spawn Art ? Current Trends in the Art Game Genre », Art Institute of Chicago, MelbourneDAC2003, pp. 46-52. Disponible en ligne (consulté le 21.08.08), à l'url suivant : <http://hypertext.rmit.edu.au/dac/papers/Holmes.pdf>.
- HOLMES Tiffany, « Art games and Breakout : New media meets the american Arcade », disponible en ligne (consulté le 21.08.08), à l'url suivant : <http://www.crudeoils.us/artwrite/August2002/Holmes.htm>.
- HOLOPAINEN Jussi, BJORK Staffan, « Game Design Patterns », in. *Content Patterns in Game Design*, disponible en ligne (consulté le 07.08.15) à l'url suivant : http://www.gents.it/FILES/ebooks/Game_Design_Patterns.pdf.
- IJSSELING Samuel, « Rhétorique et philosophie. Platon et les Sophistes, ou la tradition métaphysique et la tradition rhétorique » in. *Revue Philosophie de Louvain*, Quatrième série, Tome 74, n°22, 1976, pp. 193-210.
- JENKINS Henry, « Game design as narrative architecture », in WARDRIP-FRUIN Noah, HARRIGAN Pat, *First Person, New Media as Story, Performance and Game*, Cambridge, MIT Press, 2004, pp. 118-130.
- JENKINS Henry, « Games, the New Lively Art » in. *Creative Industries*, sous la direction de John Hartley, Londres, Blackwell Publishing, 2005, pp. 312-327.
- JIMENEZ Marc, « Imaginer l'utopie » Avant-Propos, in. *Imaginaires et Utopies*, Séminaires interarts de Paris 2001-2002, Paris, Klincksieck, 2003, pp. 7-10.
- KAVANAGH Donna, « Work and play in management studies : a kleinian analysis », in *Ephemera* « Work, play and boredom », vol. 11, n°4, 2011, pp. 336-356.

- KREMER Pascale, « Une tradition née avec les villes, à la fin du XIIe siècle », *Le Monde*, Juin 1998.
- LAMMES Sybille, « Playing the World :computer Games, cartography and spatial stories », *in*. Aether : the journal of media geography, 2008.
- LAUAND Jean, « Le Jeu dans la pensée de Thomas d'Aquin », (traduction Guy Delaporte), Colloque internationale des Humanités, Barcelone, 2011.
- LAVIGNE Michel, « Sous le masque du jeu », *Interfaces Numériques « Des Serious games à la Gamification, Approches critiques des disséminations vidéoludiques »*, vol. 3 – n°3, Paris, Lavoisier, 2014, pp. 473-496.
- LEE Shuen-Shing, « I lose, Therefore I think », *in. Game Studies, the international journal of computer game research*, vol.3, issue 2, décembre 2003, disponible en ligne (consulté le 04.08.15) à l'url suivant : <http://www.gamestudies.org/0302/lee/>.
- LEFEBVRE Henri, « La notion de totalité dans les sciences humaines et sociales », *Cahiers Internationaux de sociologie*, Paris, PUF, 1955, p. 55-77.
- LEFEBVRE Thierry, « Picabia et le cacodylate de soude », *in. Revue d'histoire de la pharmacie*, 91^e année, n°338, 2003, pp. 300-304, disponible en ligne (consulté le 18.08.15), à l'url suivant : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/pharm_0035-2349_2003_num_91_338_5522.
- LENOIR Tim, LOWOOD Henry, « Theaters of War : The Military-Entertainment Complex », *in. Collection – Laboratory – Theater*, collectif sous la direction de Helmar Schramm, Ludger Schwarte, Jan Lazardzig, Berlin, Walter de Gruyter GmbH & Co, 2005, pp. 427 – 456.
- LETONTURIER Eric, « L'utopie ou le (mauvais) rêve social », *in. Les Utopies*, collectif sous la direction d'Eric Letonturier, Paris, CNRS éditions, 2013, pp. 9-30.
- LI Zhan, « The potential of America's Army, the video game as civilian-military public sphere », étude supervisée par Henry Jenkins, Cambridge, MIT Press, 2004, disponible en ligne (consulté le 11.06.15) à l'url

suivant: <http://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/39162/55872555-MIT.pdf?sequence=>.

- LINEHAN Conor, KIRMAN Ben, ROCHE Bryan, « Gamification as behavioral psychology » in S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp. 81-106.
- MACIUNAS George, « Manifeste Fluxus », 1963, in. *Fluxus, Révolution*, Paris, L'esprit du Temps, 2009, pp. 15-21.
- MCGONIGAL Jane, « Ubiquitous Gaming, A vision for the future of enchanted spaces » in F. VON BORRIES, S. P. WALZ, M. BÖTTGER, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level*, Berlin, Birkhäuser Verlag AG, 2007, pp. 233-237.
- MCKENZIE Wark, « Losing is Fun », in. S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, Massachusetts, 2015, pp. 163-166.
- MEHL Jean-Michel, « Les jeux au Moyen-Âge », *Jeux de Princes, Jeux de Vilains*, catalogue d'exposition sous la direction d'Eve Netchine, BnF, Seuil, 2009, pp. 23-25
- MEYER Michel, « Aristote et les principes de la rhétorique contemporaine », I.4 « Rhétorique, poétique et dialectique, in. Aristote, *La Rhétorique*, traduction C-E Ruelle revue par P. Vanhemelryck, Paris, édition numérique, Librairie générale française, 1991.
- MONK Andrew, HASSENZAHN Mark, BLYTHE Mark, Reed DARREN, « Funology :designing enjoyment », in. *CHI 2002 :changing the world, changing ourselves*, pp. 924-925.
- MORIN Edgar, « Quand le rêve vire au cauchemar » in *L'Atlas des utopies*, numéro hors-série du *Monde*, 2012, pp. 20-21.
- NAKAMURA Jeanne, CSIKSZENTMIHALYI Mihaly, « The Concept of flow », in. C.R. SNYDER, J. LOPEZ SHANE, *Handbook of positive psychology*, New-York, Oxford University Press, pp. 89-105.
- NELSON Mark J., « Soviet and American Precursors of the gamification of work », *Mind trek* 2012, Tampere, Finlande, Octobre 2012.

- NELSON Ted H., « Complex information processing: a file structure for the complex, the changing and the indeterminate », ACM '65 Proceeding of the 1965, 20th national conference, pp. 84-100.
- PEARCE Celia, « Narrative Environments. From Disneyland to World Of Warcraft », in F. VON BORRIES, S. P. WALZ, M. BÖTTGER, *Space Time Play, computer games, architecture and urbanism : the next level* Berlin, Birkhäuser Verlag AG, 2007, pp. 200-205.
- PEARCE Celia, « The Aesthetics of Play », in. « Fluxus and Legacy », numéro spécial de la revue *Visible Language*, supervisé par Ken Friedman and Owen Smith, éditée par Sharen Poggenpohl, 2006, pp. 66-89.
- PEYRON David, Colloque « Logiciels Libres, Innovations en Réseau », 2007, disponible en ligne (consulté le 26.08.15) à l'url suivant : <https://davidpeyron.wordpress.com/textes-et-extraits/culture-geek-et-logiciel-libre-une-approche-ideologique-et-communautaire-de-linformatique/>.
- PLOUG Kristine, « Art Games, An Introduction », Artificial dk, disponible en ligne (consulté le 21.08.15), à l'url suivant : <http://www.artificial.dk/articles/artgamesintro.htm>.
- PRATT Charles J., « The Art History... Of Games ? Games as art may be a lost cause », disponible en ligne (consulté le 21.08.08) à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/view/news/27133/The_Art_History_Of_Games_Games_As_Art_May_Be_A_Lost_Cause.php.
- RAESSENS Joost, « Playful identities, or ludification of culture, games and culture », vol. 1(1), 2006, pp. 52- 57.
- RAICHVARG Daniel, GOURARIER Zeev, MONESTIER Alain, VERLEY Jean-Luc, « La science foraine », Paris, CNRS-PRESSE, 1997, disponible en ligne (consulté le 10.05.15) à l'url suivant : <http://www.cnrs.fr/Cnrspresse/n94a10.html#r1>.
- REY PJ, « Gamification and post-fordist capitalism », in. S. P. WALZ, S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp. 277-296.

- RIGBY Scott C., « Gamification and motivation », in S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp. 113-138.
- RIOT-SARCEY Michèle, « Femmes, défi des utopies », in *L'Utopie en Questions*, collectif sous la direction de Michèle Riot-Sarcey, Paris, PUV, 2001, pp 205-224.
- RIOT-SARCEY Michèle, « Introduction », *L'Utopie en Questions*, collectif sous la direction de Michèle Riot-Sarcey, Paris, PUV, 2001, pp. 6-12.
- RIOT-SARCEY Michèle, *Dictionnaire des utopies*, Paris, Larousse, 2002.
- RIOT-SARCEY, Michèle, « L'univers des utopies », in *Sciences Humaines*, Les Grands dossier « Peut-on changer la société ? », n° 6, 2007.
- ROBERTSON Margaret, « Can't play, won't play », 2010, disponible en ligne (consulté le 31.05.15) à l'url suivant : <http://hideandseek.net/2010/10/06/cant-play-wont-play>.
- ROUSTAN Mélanie, « Introduction », in *La Pratique du Jeu vidéo : réalité ou virtualité ?*, in *La Pratique du Jeu vidéo : réalité ou virtualité ?* collectif sous la direction de Mélanie Roustan, Paris, L'Harmattan, 2003, pp. 13-29.
- SCHMOLL Patrick « Relire Jacques Henriot à l'ère de la société ludique et des jeux vidéo », *Science du Jeu* n°1, 30 ans de Sciences du jeu à Villetaneuse. *Hommage à Jacques Henriot*, 2013, disponible en ligne (consulté le 02.06.15) à l'url suivant : <http://www.sciencesdujeu.org/index.php?id=112>.
- SCHMOLL Patrick, « Sciences du jeu : état des lieux et perspectives », *Revue de Sciences Sociales*, 2011, n°45, « Jeux et enjeux », pp. 10-19.
- SEGGERMAN Suzanne, STOKES Benjamin, « Launch of Games for Change Online », *Serious Issues, Serious Games : The Non-Profit Perspective*, Juin 2004, New-York Academy of Sciences, New-York City, disponible en ligne (consulté le 31.05.15) à l'url suivant : <http://web.archive.org/web/20070313123341/http://www.gamesforchange.org/archives/000036.html>.
- SERDANE Thierry, SIEGEL Claire, « Des jeux vidéo comme œuvres et véhicules expérientiels », in *Interfaces Numériques* volume 3 - n°1, Paris, Lavoisier, 2014, pp. 133-148.

- SEYDOU Christiane, « Réflexions sur les structures narratives du texte épique. », in *L'homme*, tome 23, n°3, 1983, pp. 41-54.
- SHARP John, « A Curiously Short History of *Game Art* », *Proceedings of the International Conference on the Foundations of Digital Games*, 2012, pp. 26-32.
- SICART Miguel, « Against Procedurality », in. *Game Studies, the international journal of computer game research*, vol.11, issue 3, Décembre 2011, disponible en ligne (consulté le 07.08.15) à l'url suivant : http://gamestudies.org/1103/articles/sicart_ap.
- SICART Miguel, « The Ethics of Computer Game Design », *Proceedings of DiGRA Conference : Changing Views – Works in Play*, 2005
- SIEGEL Claire, « Valeurs et représentations au cœur du processus de gamification », *Interfaces Numériques*, volume 3 – n°3, Dossier « Des serious games à la gamification, approches critiques des disséminations vidéoludiques », sous la direction de M. LAVIGNE, Paris, Lavoisier, pp. 497-520.
- SIEGEL Claire, JACQUES Emmanuelle, « Les jeux vidéo, utopies contemporaines ? » disponible en ligne (consulté le 11.09.15) à l'url suivant : http://culture.numerique.free.fr/publications/ludo13/Siegel_Jacques_Ludovia_2013.pdf.
- SIEGEL Claire, SERDANE Thierry, « Le potentiel critique médium jeu vidéo en fait-il un art ? Analyse sociocritique d'*Unmanned* », Colloque « Artgame », du Game Summit 2013, Digiworld et MIG, à Montpellier, Novembre 2013, disponible en ligne (consulté le 02.09.15) à l'url suivant : <https://drive.google.com/file/d/0BwZiiduR9pBQcU5MQm5ZNzIzUHM/edit>.
- SIMON Bart, « Geek Chic, Machine Aesthetics, Digital Gaming, and the Cultural Politics of the Case Mod », *Games and Culture*, vol. 2, n°3, Juillet 2007, pp. 175-193.
- SOLINSKI Boris, « Jean-Marie Lhôte, Le symbolisme des jeux », *Questions de communication*, 19 | 2011, p. 395-397.
- SZTULMAN Paul, « Décor, mon beau soucis », in. *Art Press* 2 n°28, Paris, Février-Mars-Avril 2013, pp. 44.-49.

- TOTTEN Christopher, « Designing Better Levels Through Human Survival Instincts », *Gamasutra*, 2011, disponible en ligne (consulté le 16.09.15) à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/view/feature/134779/designing_better_levels_through_p hp.
- TRICLOT Mathieu, « Gameplay ou l'énigme du jeu », *La Fabrique des jeux vidéo : au cœur du gameplay*, Paris, LA MARTINIERE, 2013, pp. 27-35.
- VAUTIER Ben, « L'Art Total », in. *Fluxus, Révolution*, Paris, L'esprit du Temps, 2009, pp. 43-48.
- WADDINGTON David J. « A parallel World for the World Bank: A case study of *Urgent Evoke*, An educational ARG », *Revue Internationale des technologies en pédagogie universitaire*, 10(3), 2013, pp. 42-56.
- WEBBER Jude, « Lunch with the FT : Xavier Lopez Ancona », *Financial Times*, Août 2014, disponible en ligne (consulté le 12.07.2015) à l'url suivant : <http://www.ft.com/cms/s/2/1bc2e7f6-17e1-11e4-b842-00144feabdc0.html>
- WHITSON Jennifer R. « Foucault's Fitbit : gouvernance and gamification », in. S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp. 339-349.
- ZAGAL José P., BJÖRK Staffan, LEWIS Chris, « Dark Patterns in the design of games », publié lors des *Foundations Of Digital Games*, 2013, disponible en ligne (consulté le 07.08.15), à l'url suivant : http://www.fdg2013.org/program/papers/paper06_zagal_et al.pdf.
- ZENETTI, Marie-Jeanne, « Transparence, opacité, matité dans l'œuvre de Roland Barthes, du Degré zéro de l'écriture à L'Empire des Signes », *Appareil*, 7, 2011, mis en ligne le 04 avril 2011, disponible en ligne (consulté le 10.08.15), à l'url suivant : <file:///C:/Users/S/Downloads/appareil-1201-7-transparence-opacite-matite-dans-l-oeuvre-de-roland-barthes-du-degre-zero-de-l-ecriture-a-l-empire-des-signes.pdf>.

ZIMMERMAN Eric, « Manifesto for a ludic century », in. S. P. WALZ et S. DETERDING, *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, Cambridge, MIT Press, 2015, pp. 19-23.

ZOLLINGER Manfred, « Homo Ludens Homo Legens », in. *Jeux de Princes, Jeux de Vilains* sous la direction d'Eve Netchine, Bibliothèque nationale de France, Seuil, 2009, pp. 67-72.

3. CONFERENCES ET SEMINAIRES (classés par ordre alphabétique)

ARRAULT Valérie, « Faire œuvre à l'âge du capitalisme culturel », Journée d'étude *Actualité de la critique d'Herbert Marcuse ?*, Montpellier, 13 Mars 2014.

ARRAULT Valérie, « La contre-culture contre quelle culture ? », Colloque « Pratiques plastiques contemporaines & Contre-culture » organisé par l'Université Montpellier 3, le 6, 7, 8 Novembre 2013.

CANNON Rebecca, « Introduction to Artistic Computer Game Modification », Conférence, *PlayThing*, Australie, Sydney, Octobre 2003.

CHAMAYOU Grégoire, Conférence « *Philosophie des robots tueurs : les drones et l'« éthique » contemporaine* », ENS, 2013, disponible en ligne (consulté le 04.09.15) à l'url suivant : <http://plus.franceculture.fr/partenaires/ecole-normale-superieure/philosophie-des-robots-tueurs-1>.

DETERDING Sebastian, Conférence « Pawned. Gamification and its discontents », *Playful*, Londres, 2010.

- JACQUES Emmanuelle, « Entre zone de confort et zones d'exploitation, les stéréotypes de l'altérité dans les jeux vidéo engagés », séminaire de recherche, Université Montpellier 3, Avril 2015.
- JIMENEZ Marc, « Pour la « contre-culture » et vice-versa », Colloque « Pratiques plastiques contemporaines & Contre-culture » organisé par l'Université Montpellier 3, le 6, 7, 8 Novembre 2013.
- MCGONIGAL Jane, « Gaming can make a better world », Conférence *TED* 2012, disponible en ligne (consulté le 11.08.15) à l'url suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=dE1DuBesGYM#t=1203>.
- MCGONIGAL Jane, « We don't need No Stinkin'Badges : How to reinvent reality WITHOUT gamification », *GDC* 2011, Vault, disponible en ligne (consulté le 11.08.15) à l'url suivant : <http://www.gdcvault.com/play/1014576/We-Don-t-Need-No>.
- P. PEDERCINI, conférence, « Molleindustria », Ucla Design Media Arts en mars 2012, disponible en ligne (consulté le 05.09.15) à l'url suivant : <http://video.dma.ucla.edu/video/paolo-pedercini-molleindustria/391>.
- PEDERCINI Paolo, Conférence « The Great Art UpGrade », DiGRA 2013, disponible en ligne (consulté le 03.09.15), à l'url suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=GyNkK2vbwaU>.
- PEDERCINI Paolo, Interview vidéo, CologneGameLab Institute, 2011.
- SHELL Jesse, « Design Outside the Box », *D.I.C.E Summit*, 2010, disponible en ligne (consulté le 11.08.15) à l'url suivant : <http://www.g4tv.com/videos/44277/dice-2010-design-outside-the-box-presentation/>.
- STIEGLER Bernard, « L'esprit perdu du capitalisme, sociopathologie de 1968 », cycle de séminaire « Trouver de nouvelles armes » au Collège de Philosophie en Février et Mars 2006, par l'association Ars Industrialis.
- TRICLOT Mathieu, « En-[jeu] vidéo », conférence inaugurale, Colloque « En-jeux[vidéo] des images », obs/in, Arles, 23 octobre 2013.

ZICHERMANN Gabe, « Fun is the Future : Mastering Gamification », *Google Tech Talks*, Octobre 2012, disponible en ligne (consulté le 11.08.15) à l'url suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=6O1gNVeaE4g>.

4. CATALOGUES D'EXPOSITION ET EXPOSITIONS (classés par ordre alphabétique)

Art du Jeu, Jeu dans l'Art, De Babylone à l'Occident Médiéval, sous la direction d'Isabelle Bardiès-Fronty, Catalogue d'exposition Réunion des Musées nationaux, Grand Palais, 2012.

Cartes à jouer & tarots de Marseille, La donation Camoin, Collections du musée du Vieux-Marseilles, sous la direction de Danièle Giraudy, 2004.

COOPER Robbie, *Immersion*, Exposition Maison d'ailleurs, 2012.

DADA, in. *Beaux-Arts*, hors-série, n°13, « Dada au centre Pompidou », 2005.

DADA, L'exposition, Paris, Centre Pompidou, 2005.

Dreamlands, Des parcs d'attractions aux cités du futur, L'exposition, Paris, Centre Pompidou, 2010.

Dreamlands, Des parcs d'attractions aux cités du futur, Paris, Beaux-Arts éditions, 2010.

Jeux de Princes, Jeux de Vilains sous la direction d'Eve Netchine, Bibliothèque nationale de France, Seuil, 2009.

La France en relief, Chefs-d'œuvres de la collection des plans-reliefs de Louis XIV à Napoléon III, Paris, Réunion des musées nationaux, Grand Palais, 2012.

5. ETUDES (classées par ordre alphabétique)

"Le nombre de joueurs dans le monde en 2014 par région", de Newzoo et GlobalCollect disponible sur le site Statista (consulté le 28.04.15) à l'url suivant : <http://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/>.

« Jouer est bon pour vous » (infographie), Métro, Montréal, 21.03.13, p. 4, études réalisées par Entertainment Software Association (ESA), Université de Rochester à New-York, Université Deakin à Melbourne, Children and Technology Projects, Université de l'état du Michigan, originellement publié dans Wall Street Journal, mise en infographe par Daniel Denisiuk et Mia Korab, disponible en ligne (consulté le 05.08.15) à l'url suivant : http://issuu.com/metro_canada/docs/20130321_ca_montreal.

MICHAUD Laurent, « Serious Games, un chiffre d'affaire mondial de 10 milliard EUR en 2015 », étude *Serious Game*, Montpellier, IDATE, 2010.

Take Two Interactive Inc. 2015, disponible en ligne (consulté le 29.08.15) à l'url suivant : <http://ir.take2games.com/phoenix.zhtml?c=86428&p=irol-newsArticle&ID=2078514&highlight=>.

6. SITES ET PAGES WEB CONSULTÉS (classés par ordre alphabétique)

BJÖRK Staffan, « Gameplay Design Pattern Collection », disponible en ligne (consulté le 03.08.15) à l'url suivant : <http://129.16.157.67:1337/mediawiki-1.22.0/index.php/Enemies>.

Courrier International « Enfants. KidZania, parc pédagogique ou marketing extrême ? », disponible en ligne (consulté le 12.07.15) à l'url suivant : <http://www.courrierinternational.com/article/2014/11/02/kidzania-parc-pedagogique-ou-marketing-extreme>.

EBERT Robert, « Video games can never be art », article repris en 2010 suite à une première publication en 2007, disponible en ligne (consulté le 10.08.15), à l'url suivant : <http://www.rogerebert.com/rogers-journal/video-games-can-never-be-art>.

FORTIN, Tony, « Les jeux vidéo, joujoux idéologiques » de Catherine Vincent, *in. Le Monde*, paru en 2013, disponible en ligne (consulté le 02.08.15) à l'url suivant : http://www.lemonde.fr/culture/article/2013/12/20/les-jeux-video-joujoux-ideologiques_4337497_3246.html

FRASCA Gonzalo, « Video games of the oppressed : videogames as a means for critical thinking and debate », thèse de doctorat, 2001, disponible en ligne (consulté le 24.08.15), à l'url suivant : <http://www.ludology.org/articles/thesis/FrascaThesisVideogames.pdf>.

HARVEY Auriea, SAMYN Michaël, « The Beautiful Art Program », disponible en ligne (consulté le 24.08.15) à l'url suivant : <http://tale-of-tales.com/tales/BAP.html>

L'histoire de KidZania, disponible sur le site officiel du parc de Londres, à l'url suivant (consulté le 12/07/15) : http://london.kidzania.com/en-uk/about_kidzania/story.

Les SimsWiki, disponible en ligne (consulté le 07.08.15) à l'url suivant : fr.sims.wikia.com/wiki/Aspiration.

MCENTEE, Christopher, « Rational Design : The Core of Rayman Origins », publié sur le site Gamasutra, 2012, disponible en ligne (consulté le 26.08.15) à l'url suivant : http://www.gamasutra.com/view/feature/167214/rational_design_the_core_of_.php.

PERDERCINI Paolo, Interview de Patricia Hernandez, *A talk with Molleindustria about the politics of war game*, 2012, disponible en ligne (consulté le 04.09.15) à l'url suivant : <http://nightmaremode.thegamerstrust.com/2012/03/01/unmanned-a-talk-with-molleindustria-about-the-politics-of-war-games/>.

PERDERCINO Paolo, « About », disponible en ligne (consulté le 04.09.15) à l'url suivant : <http://www.molleindustria.org/blog/about/>.

WEBBER Jude, « Lunch with the FT : Xavier Lopez Ancona », Financial Times, Août 2014, disponible en ligne (consulté le 12.07.15) à l'url suivant : <http://www.ft.com/cms/s/2/1bc2e7f6-17e1-11e4-b842-00144feabdc0.html>.

WINTLE Simon, *The World of Playing Cards*, site web dédié à l'histoire des jeux de cartes, disponible en ligne (consulté le 22.07.15) à l'url suivant <http://www.wopc.co.uk/history/>.

Lexique

Achievement

Dans un jeu vidéo, un *achievement* est un défi non obligatoire entraînant une performance de la part du joueur.

ARG

Alternate Reality Game, ou en français jeu à réalité alternée.

Collider

Un *collider* est un élément de collision. Ce terme est utilisé en programmation afin de déterminer les objets ayant un corps solide contre lequel il est possible de se heurter.

Free-to-Play

Les *Free-To-Play* sont littéralement des jeux gratuits. Ils désignent tous les jeux vidéo adoptant une approche marketing et économique du *freemium*. Ce modèle économique consiste à donner l'accès à une version limitée d'un produit gratuitement, et de proposer ensuite à une base de clients fidèles des offres *premium*, c'est-à-dire des avantages payants. Dans le cas des jeux vidéo, le modèle *freemium* se retrouve effectivement dans les MMORPGs comme *WOW*, mais le modèle est différent par exemple dans les jeux Facebook, comme *Criminal Case*, où ce sont les possibilités d'agir dans le jeu qui deviennent payantes – ou alors qui demandent des heures d'attente extrême, comme des semaines entières, pour susciter la frustration du joueur.

FPS

Abréviation anglaise signifiant First Person Shooter, c'est-à-dire jeu de tir à la première personne.

G4C

Abréviation utilisée pour désigner les Games For Change, association visant à créer des jeux vidéo humanitaires.

Game design

Le *game design* est le terme anglais qui désigne la conception de jeu, en particulier dans la création de ses règles et de ses mécaniques.

Game Design Document (GDD)

Le Game Design Document (GDD), ou en français document de design de jeu vidéo, est un document qui présente tous les éléments qui feront partie d'un jeu.

Game Design Pattern

Terme anglais qui peut être traduit comme schémas de conception vidéoludique. Ils visent à définir et à répertorier les mécaniques présentes dans les productions vidéoludiques.

Gameplay

Contraction de la phrase anglaise « How the game play ? », ou en français « comment le jeu se joue ? ». Le *gameplay* désigne la matière sur laquelle travaille le concepteur de jeu vidéo. Il regroupe à la fois l'expérience-joueur qui est véhiculée par la forme du jeu, c'est-à-dire les règles du jeu, et à la fois les modalités d'interaction dont dispose le joueur pour expérimenter le jeu. Ces différents aspects intrinsèquement liés dans le jeu, peuvent tous faire l'objet d'une spécialisation, mais peuvent aussi être augmentés de la participation d'éléments spatiaux, sonores, narratifs et visuels dont les implications sont considérables pour la construction du *gameplay*.

Glitch

Un *Glitch* est un comportement erroné d'un objet dans un jeu vidéo qui cause un *bug*.

High Score

Le High Score peut être traduit par classement (classement des meilleurs score dans un jeu vidéo).

Level art

Cette pratique reconnue dans le milieu professionnel de l'industrie du jeu vidéo vise à élaborer les niveaux de jeux à l'aide d'éléments graphiques qui se rajoutent au level design préalablement pensé.

Level design

Domaine professionnel de l'industrie du jeu vidéo : il s'agit de la conception des niveaux d'un jeu.

Mission Design Document

Le *Mission Design Document* (MDD), ou en français document de conception de mission, est un document qui présente tous les éléments qui feront partie d'une mission, ou d'un niveau, dans un jeu.

MMORPG

« Massively Multiplayer Online Role-Playing Game », ou en français, jeu de rôle en ligne massivement multijoueur.

Newsgame

Catégorie de jeux vidéo désignant des jeux à caractère journalistique.

Notgame

Terme proposé par le collectif Tale of Tales pour redéfinir leur production artistique vidéoludique comme des « non-jeux ».

OCR

Abréviation d'Objectif, *Challenge*, Récompense proposé par Marc Albinet dans l'ouvrage *Concevoir un jeu vidéo*. Il s'agit d'un outil de conception vidéoludique sous la forme de boucle visant à entretenir la motivation du joueur tout au long de la partie.

Out of Bound

Littéralement l'« en dehors des limites », l'*Out of Bound* désigne une aire d'un niveau qui n'a pas pour intention d'être jouable mais qui est rendu accessible souvent par un *bug* de collision.

Playtest

Les playtests sont des sessions de jeux visant à améliorer la qualité d'une création. Les joueurs sont soumis à des questionnaires, sont souvent filmés et mesurés sous toutes les coutures pour déterminer les difficultés rencontrés ou au contraire les passages appréciés.

PNJ

Abréviation de Personnage Non Joueur, désignant tout personnage présent dans un jeu qui n'est pas jouable par le joueur.

Props

Terme anglais désignant des éléments graphiques de l'univers d'un jeu vidéo. Ils correspondent à des accessoires ayant pour but d'augmenter la cohérence et la narration.

Retrogaming

Activité où l'utilisateur joue à des jeux vidéo anciens.

RGD

Abréviation des termes anglais *Rational Game Design*, ou en français conception de jeux rationalisée afin d'optimiser et d'automatiser les processus de création de jeux vidéo.

Trigger

Terme anglais désignant ce qui va permettre de « déclencher » un événement. Souvent un trigger permet de reconnaître qu'un objet 3D entre dans une zone. Par cette identification, il va démarrer un événement – par exemple un piège.

Annexes

Table des Annexes

Figure A.1 Traité du Piquet, Le Jeu du Picquet, Paris, Charles Hulpeau, 1632, In-8° Provenance : acquis par la Bibliothèque à la librairie Champion, à Paris, en 1917, BNF, Réserve des livres rares, Rés. P. V. 428.....	489
Figure A.2 Le jeu de l'oie de la mode (Londres, Robert Sayer, 1778, Eau forte coloriée, 50 x 70 cm, Paris, BnF, Arsenal, Est. 211 (52))	490
Figure A.3 Carte à jouer, Valet de Trèfle, 19 ^e siècle, Marseille, MuCEM, Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, Photo © RMN-Grand Palais (MuCEM) / Frank Raux, disponible en ligne (consulté le 11.08.15) à l'url suivant : http://www.photo.rmn.fr/archive/12-516782-2C6NU0Z0JU4H.html	491
Figure A.4 Ralph Anspach, extrait des règles du jeu de l'Anti-Monopoly, 1973.....	492
Figure A.5 Bertell Ollman, Règles du jeu Class Struggle, 1978.....	493
Figure A.6 Angry Birds et ses clones.....	494
Figure A.7, Saga des jeux Call Of Duty (Infinity Ward, Activision) de 2003 à 2013, Assassin's Creed (Ubisoft) de 2007 à 2014, liste non exhaustive.....	495
Figure A.8 Extrait et traduction du game design pattern de l'« Ennemi ».....	496
Figure A.9 Extrait et traduction du game design pattern du Mur Invisible.....	497
Figure A.10 Synthèse et traduction du guide de conception de Mary Flanagan et Helen Nissenbaum, Value at Play in Digital Games	498
Figure A.11 Reprise de la généalogie d'Olivier Lussac (en version simplifiée), en ajoutant les courants du Game Art, de l'Artgame et les formes spécifiques des ARG et des Machinimas.....	500
Figure A.12 Extrait du Mission Design Document du jeu L'Envers du Décor, présentation du labyrinthe.....	501
Figure A.13 Boussole rhétorique de conception et d'analyse d'artgame	502
Figure A.14 Boussole rhétorique de conception et d'analyse d'artgame, exemple d'application sur le projet L'Envers du Décor.....	503



Figure A.1 *Traité du Piquet, Le Jeu du Picquet*, Paris, Charles Hulpeau, 1632, In-8° Provenance : acquis par la Bibliothèque à la librairie Champion, à Paris, en 1917, BNF, Réserve des livres rares, Rés. P. V. 428



Figure A.2 Le jeu de l'oie de la mode (Londres, Robert Sayer, 1778, Eau forte coloriée, 50 x 70 cm, Paris, BnF, Arsenal, Est. 211 (52))



Figure A.3 Carte à jouer, Valet de Trèfle, 19^e siècle, Marseille, MuCEM, Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, Photo © RMN-Grand Palais (MuCEM) / Frank Raux, disponible en ligne (consulté le 11.08.15) à l'url suivant : <http://www.photo.rmn.fr/archive/12-516782-2C6NU0Z0JU4H.html>

ANTI-MONOPOLY IITM

LE JEU VRAIMENT DIFFERENT

Monopolistes contre Libre-Concurrents

Pour 2 à 6 joueurs, à partir de 8 ans.

Ce jeu a été inventé par le professeur Ralph Anspach et produit par FERRIOT S.A. en co-production avec Hanky Panky, et non par Parker Brothers.

REGLE DE JEU

Eléments du jeu :

- 1 plateau de jeu
- 1 paquet de 25 cartes pour les libres-concurrents
- 1 paquet de 25 cartes pour les monopolistes
- 28 titres de propriété
- 6 pions
- 2 dés
- 35 maisons
- 15 hôtels
- Règle du jeu
- Billets de banque.

Remarque importante: tous les éléments du jeu sont mathématiquement équilibrés, afin de garantir un jeu franc entre monopolistes et libre-concurrents. Si l'un des camps semble favorisé lors du premier jeu, c'est tout simplement parce qu'il a plus de chance ou parce qu'il joue mieux. Quoiqu'il en soit, il est nécessaire de suivre les règles qui suivent pour maintenir l'équilibre du jeu.

1 But du jeu

Les joueurs peuvent choisir la meilleure façon de jouer et de gagner à savoir :

- a) jouer, en conduisant tous les autres joueurs à la faillite
- b) être le libre-concurrent le plus riche, après avoir conduit tous les monopolistes à la faillite ou
- c) être le monopoliste le plus riche, après avoir éliminé tous les libre-concurrents par faillite (voir paragraphe *Qui est le joueur le plus riche*).

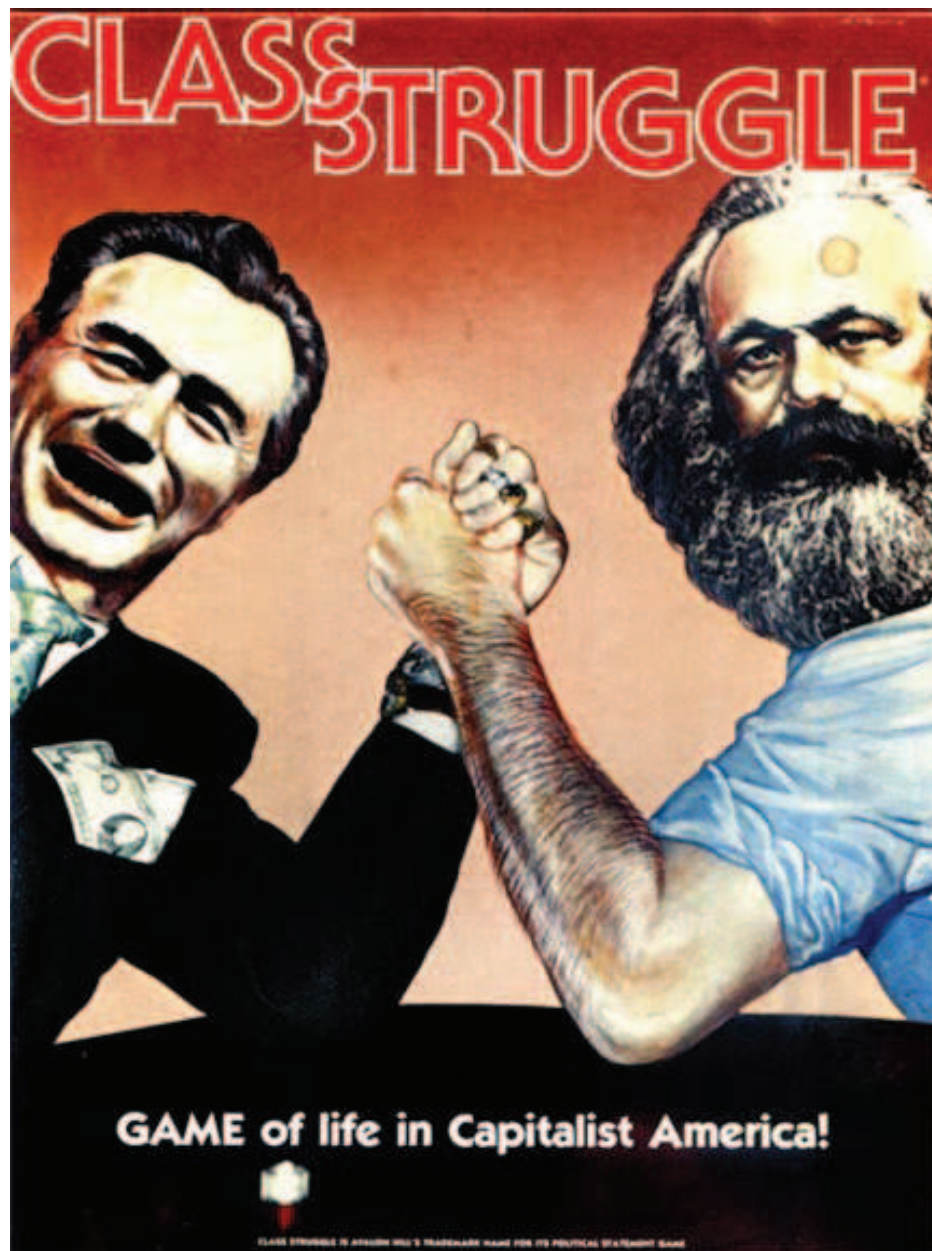
2 Banquier

Un des joueurs est choisi comme banquier. Il distribue l'argent, les cartes, les maisons, les hôtels etc. s'il prend lui-même part au jeu, il doit distinguer ses propres cartes et son propre argent du contenu de la banque.

3 Cartes de jeu

Le banquier mélange les cartes des monopolistes et les cartes des libre-concurrents, et les pose ensuite, face contre table, aux endroits prévus sur le tapis de jeu.

Figure A.4 Ralph Anspach, extrait des règles du jeu de l'Anti-Monopoly, 1973



CLASS STRUGGLE

AVALON HILL'S TRADEMARK NAME FOR ITS POLITICAL STATEMENT GAME

1st Edition Sold Out in One Month!

First in its class!

FIRST book about capitalism to come packaged in a game box... FIRST game to be written up in a NEW YORK TIMES editorial... FIRST game ever to be played on the radio (for two hours on WBAI)... FIRST game ever to be sold by Scribner's, 8th Street Bookshop and Salter's Bookstore, three of New York's most famous bookstores... FIRST full-scale board game to present the side of the workers... FIRST board game ever to be sold in both Toy and Stationery Departments in Bloomingdale's... FIRST game ever to be sold out in one week in Bookmasters, N.Y.C....

The play's the thing...

"Class Struggle" can be played by two to six players who represent different classes, the main classes being Workers and Capitalists. Both rules and content reflect what actually occurs in our society. For example, people do not choose their classes but are born into them. In the game, this is decided by a throw of the "Genetic Die." The main strategy of the game involves the making and breaking of class alliances. Elections, general strikes, and revolution are occasions for Workers and Capitalists (and their respective allies) to confront each other on the basis of the points (strengths) they have accumulated. "Chance" and other Special Event squares advance and complicate the game while simultaneously filling in the social analysis. Beginners, Advanced, and Tournament Rules. Ideal for the home and classroom use.

A Whole Education in a Box

"Class Struggle" is a game. "Class Struggle" is a book. "Class Struggle" is the real thing, or as close as you can come to it while sitting around and having fun. "Class Struggle" is clearly an idea whose time has come. In "Class Struggle" people play it like it is while learning what it is like to **really** play it.

Recommended by the Bored of Education

"Class Struggle" is a product of Class Struggle, Inc., whose Board of Directors includes five professors from as many different disciplines (political science, economics, history, social work and education) and universities (N.Y.U., the New School, John Jay, Columbia and Hunter). They give "Class Struggle" HIGHEST MARX. You will too.

Meet the Author...

Dr. Bertell Ollman, the creator of "Class Struggle," is Professor in the Dept. of Politics at N.Y.U., author of **Alienation: Marx's Conception of Man in Capitalist Society**, and co-author of **Studies in Socialist Pedagogy**. A distinguished political theorist and teacher, this is Dr. Ollman's first essay into gamesmanship.



©1982

The Avalon Hill Game Company

BALTIMORE, MD Printed in USA

No Game Has Ever Received Such Instant Acclaim!

"More than a game... it's a book in a box!"

—Eli Wilentz, Wilentz 8th Street Bookshop

"... good sport... the game is very instructional!"

—THE VILLAGE VOICE

"My kids loved playing it as much as I did."

—Michael Harrington, author of *The Other America*

"A Real class game..."

—CHICAGO SUN-TIMES

"... its future seems secure... good humor... its messages are serious..."

—THE NEW YORK TIMES

"... all the proletariat may soon be playing it..."

—THE WASHINGTON POST

"More fun than *Das Kapital*"—Paul Sweezy and

Harry Magdoff, editors, *MONTHLY REVIEW*

"... a quick and easy way to play out the drama and

power struggles of life in this society"

—WASHINGTON SQUARE NEWS

"The most fun we've ever had here on WBAI!"

—Judith Murray, Program Producer, WBAI

"It's terrific... our fastest selling game!"—Michael Botti,

Games Manager, Brentano's 8th Street Store, N.Y.C.

"Monopoly with its consciousness drastically raised..."

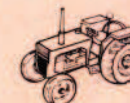
quick and colorful."—BOSTON REAL PAPER



WORKER



CAPITALIST



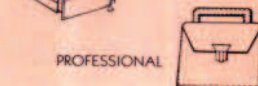
FARMER



STUDENT



SMALL BUSINESS



PROFESSIONAL

Figure A.5 Bertell Ollman, Règles du jeu *Class Struggle*, 1978



Figure A.6 Angry Birds et ses clones.

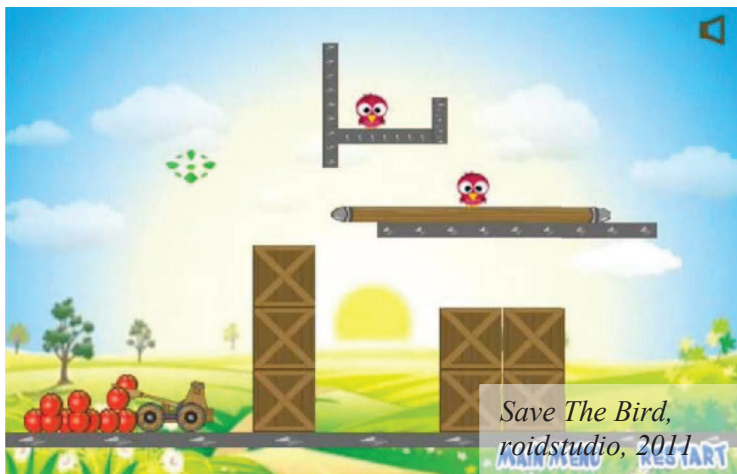
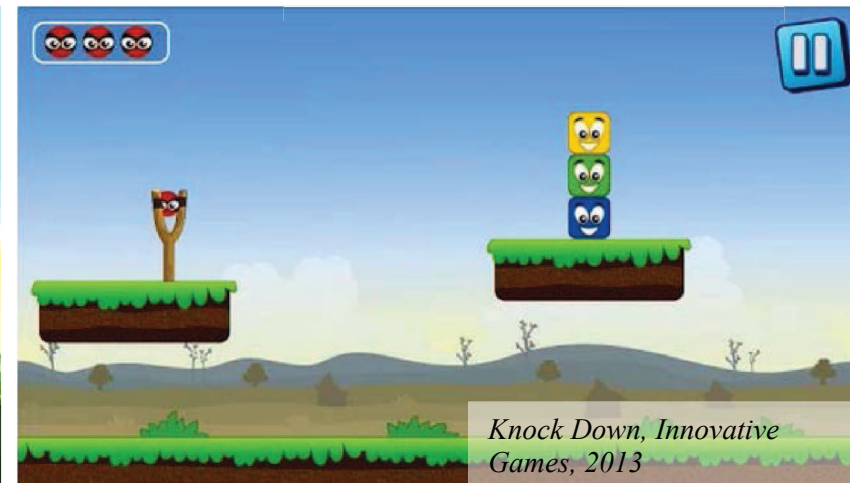




Figure A.7, Saga des jeux Call Of Duty (Infinity Ward, Activision) de 2003 à 2013, Assassin's Creed (Ubisoft) de 2007 à 2014, liste non exhaustive

Nom : Ennemis

Description : Les Ennemis ont pour fonction d'entraver les objectifs du joueur : ce sont souvent des personnes ou des monstres. Ils peuvent être des obstacles ou des justifications empêchant la progression du joueur. Ils fournissent des défis aux joueurs. Ils peuvent aussi être plus abstraits.

Exemples : Les Ennemis se retrouvent dès les premiers jeux vidéo avec *Pac-Man* ou *Space Invaders*. Ils sont nombreux dans les jeux comme les FPS (*First Person Shooter*) comme *Doom* ou *Left For Dead*, les jeux de stratégie comme *Age of Empires*. Dans les jeux de combat, comme *Soul Calibur*, les Ennemis peuvent être contrôlés par un joueur ou par un ordinateur. Lorsque les Ennemis sont d'autres joueurs, on rencontre des jeux de mise à mort par exemple dans la série des *Quake*. Les jeux de plateforme *Mario* permettent de connaître l'ultime Ennemi qui ne sera battu qu'à la fin du jeu. D'autres, au contraire, dissimulent qui est le véritable Ennemi.

Utilisation du modèle : Les Ennemis peuvent être utilisés dans les jeux multijoueurs pour fournir des conflits et des prétextes à la coopération, ou encore pour créer un gameplay complexe. Ils sont par contre indispensables dans les jeux solitaires qui souhaitent mettre en scène du conflit ou des combats. Les Ennemis ont une présence diégétique lorsqu'ils apparaissent sous la forme d'avatars, d'unités à éliminer [...]. Il existe aussi d'autres options pour interagir avec des Ennemis. Ils peuvent agir sur l'environnement et sur le joueur. Ils peuvent être indirectement présents et se manifester en activant des pièges, ou bien sur une carte du monde, ce qui, dans ce cas, implique des explications narratives et des cinématiques. [...] Les Ennemis sont une force dans les structures narratives et rendent le *gameplay* plus explicite car leur rôle n'évolue pas. En mettant les Ennemis dans des structures narratives prédéterminées, les *game designers* restent au contrôle de leurs impacts sur le *gameplay*. [...] Les Ennemis impactent négativement le joueur. Ils impliquent des actions qui autorisent le combat, blessent l'avatar du joueur, ou le tuent.

Conséquence : Les Ennemis sont indissociables d'un grand nombre de jeux et sont donc nécessaires pour assurer une thématique cohérente. Ils peuvent être modulés selon le thème du jeu. Le joueur peut avoir à les reconnaître. [...] en général lorsqu'un Ennemi n'est pas créé par un autre joueur, on parle de PVE (*Player Vs. Environment* – joueur contre environnement). [...] La présence d'Ennemis provoque toujours de la tension mais aussi de la motivation à surmonter les objectifs, souvent par le moyen de combat. Si bien que les Ennemis provoquent naturellement des conflits et de la compétition car ils menacent les avatars des joueurs de perdre de la vie ou des ressources, ou tout simplement de bloquer leur progression. [...] La présence d'Ennemis perturbe les plans du joueur et crée des surprises.

Relations (pour les principales) : Viser&Tirer, Alliance, Combat, Compétition, Conflits, Elimination, Structure narrative, Surprise, Tension, Thématique cohérente.

- 1) Modèle supérieur : Expérimentation, Résolution d'énigmes, Agents algorithmiques, Avatars, Rivalité, Jeux Multijoueur.
- 2) Modèle subordonné : Gameplay Stimulant, Exploration, Monde de jeu, niveaux, jeux multijoueur, PNJ, Equilibrage, Chance de réussir.
- 3) Modèle conflictuel : Chance de réussir, Compagnon, Cohérence Diégétique, Aide, Equilibrage du jeu, Planification

Figure A.8 Extrait et traduction du game design pattern de l'« Ennemi »

Nom : Murs Invisibles

Description : Il n'est pas possible pour tous les types de jeux de créer un monde ouvert auquel le joueur a entièrement accès. Les jeux peuvent nécessiter des extensions postérieures ou encore ne pas posséder le même *gameplay* dans chaque zone de jeu. Et ce, même si les *game designers* désirent montrer aux joueurs des mondes ludiques de plus en plus explorables et jouables. Une manière d'y parvenir est de placer des Murs Invisibles pour séparer le *gameplay* d'une aire à l'autre. Ces aires sont souvent moins détaillées ce qui permet de créer l'illusion d'un monde superbe et jouable. Typiquement, le *game design* essaie de diriger les joueurs pour qu'ils ne soient pas trop intéressés par ce qui se trouve par-delà les Murs invisibles. Essayer d'accéder aux illusions d'étendues rend les joueurs au courant de la présence de ces murs.

Exemples : Les premiers simulateurs de vol utilisaient des Murs Invisibles pour délimiter l'aire dans laquelle le joueur pouvait voler. Lorsque celui-ci rencontrait des Mur Invisibles les avions restaient sur place, bien que le joueur puisse avoir l'impression de voler par-dessus le terrain. De très nombreux jeux récents les utilisent : *Super Mario Sunshine*, la série des *Assassin's Creed*. Les jeux tels que *Half-Life* et *Portal 2* donnent l'illusion d'un monde plus grand dans lequel le joueur semble pouvoir entrer.

Utilisation du modèle : Les Murs Invisibles sont utilisés spécifiquement pour des raisons de production ou de *gameplay* : dans le premier cas, il s'agit de permettre de développer du contenu petit à petit, dans le deuxième, ils permettent au *gameplay* de rester compartimentés. A la place des Murs Invisibles, des pièges sont souvent placés comme des mers de lave entraînant la mort du joueur [s'il essaie de s'aventurer hors des frontières du jeu]. [...]

Conséquence : Les Murs Invisibles limitent les déplacements des joueurs dans le monde et les niveaux du jeu : ils sont à la fois des obstacles et des aires inaccessibles. En ouvrant la vue sur de larges étendues dans lesquelles il est possible de se promener, les « Murs Invisibles » permettent l'utilisation des modèles Diégétique et Thématique Cohérente par le moyen d'une Illusion de Monde Ouvert [...]. Ceci signifie que les Murs Invisibles produisent une « Liberté Limitée » pour les joueurs dont ils peuvent être conscients ou non. Les Murs Invisibles peuvent créer des labyrinthes qui demandent une Mémorisation. [...].

Relations (pour les principales) : Cohérence Narrative, Liberté Limitée, Liberté de Choix, Illusion d'étendue, Zones Inaccessibles, Obstacles, Mémorisation, Thématique Cohérente.

1) Modèle supérieur : Passage conditionnel, Monde du Jeu, Niveaux, Séquences d'Informations Scriptées

2) Modèle avec qui les Murs Invisibles entrent en conflit : Liberté de Choix, Thématique cohérente, Concentration spatiale

Figure A.9 Extrait et traduction du game design pattern du Mur Invisible

Les 15 éléments de la *guideline* de Mary Flanagan et Helen Nissenbaum, *Value at play in Digital Games*, MIT PRESS, 2014

1. Prémisses narrative et objectifs

L'histoire est un élément évident pour intégrer un contenu riche de valeurs. Quelle est l'histoire ? Quels sont les buts ou les motivations ? Qu'est-ce que le joueur accomplit ?

2. Les personnages

Le joueur va développer des relations avec les personnages du jeu. Qui sont-ils ? Quelles actions peuvent-ils effectuer ? Quelles sont leurs caractéristiques ? Comment le joueur va comprendre ces personnages ? Se sentir complice ou révolté ? Quelle réaction et réponse émotionnelle sont attendues ?

3. Les actions dans le jeu

Que peut faire le joueur dans le jeu ?

4. Les choix du joueur

Le jeu donne-t-il au joueur l'opportunité de choisir (choix plus ou moins linéaires) ? Du point de vue des valeurs, qu'est-ce que cela signifie d'offrir des choix au joueur ? Y-a-t-il une moralité en jeu ?

5. Les règles pour l'interaction avec d'autres joueurs ou avec des personnages non-joueurs

En bricolant des règles pour l'interaction avec d'autres joueurs ou avec des PNJ, les designers peuvent mettre des valeurs comme la « coopération » et la « générosité », l'« altruisme » dans le jeu ou au contraire ajuster des règles plus individualistes comme la compétition et l'autosuffisance.

6. Les règles pour l'interaction avec l'environnement

Quels types d'interactions le jeu permet-il entre le personnage jouable et les aspects non-conscients du monde ? Quelles ressources sont disponibles ? Comment le joueur est-il récompensé ?

7. Le point de vue

Le point de vue dans les jeux modélise l'expérience du monde présentée pour les participants. Comment le joueur voit-il le personnage jouable ? Sonde-t-il le monde d'une vue à la première ou à la troisième personne ? Le point de vue peut partiellement déterminer comment le joueur comprend l'univers.

8. Le hardware

Le matériel informatique limite comment le jeu va être conçu. Les avancées technologiques permettent de nouveaux types de jeux, notamment des expériences de synesthésie.

9. L'interface

Les interfaces sont des médiateurs entre les interactions du joueur et le jeu. On assume souvent qu'elles sont neutres de valeurs mais elles peuvent sculpter le jeu et sont souvent riches de valeurs.

10. Moteur de jeu et logiciel

Comment un logiciel ou un moteur de jeu affecte ce qui se passe dans le jeu ? Les moteurs de jeu ont souvent de nouvelles fonctionnalités. Les contraintes techniques forment le contenu et les valeurs du jeu.

11. Le contexte dans lequel on joue (*play*)

L'environnement réel ou virtuel du jeu influe sur le joueur et transmet des valeurs. Dans quel contexte joue le joueur ?

12. Les récompenses

Quelles sont les récompenses ? Que récompensent les points ? Quels sont les objectifs du jeu ? Comment le joueur est-il récompensé de son avancée ? La structure des récompenses révèle le genre d'accomplissement valorisé dans le jeu.

13. La carte du jeu

L'espace de jeu peut révéler des valeurs.

14. Les stratégies

Y-a-t-il des stratégies dans le jeu ? Des stratégies peuvent-elles être utiles dans le jeu ? Quels défis présente le jeu ?

15. L'esthétique

L'esthétique exprime des valeurs : elle comprend la charte graphique, sonore ainsi que les mouvements physiques. Quelle esthétique ? Pourquoi ? Quelles références et quelle ambiance ?

Figure A.10 Synthèse et traduction du guide de conception de Mary Flanagan et Helen Nissenbaum, Value at Play in Digital Games

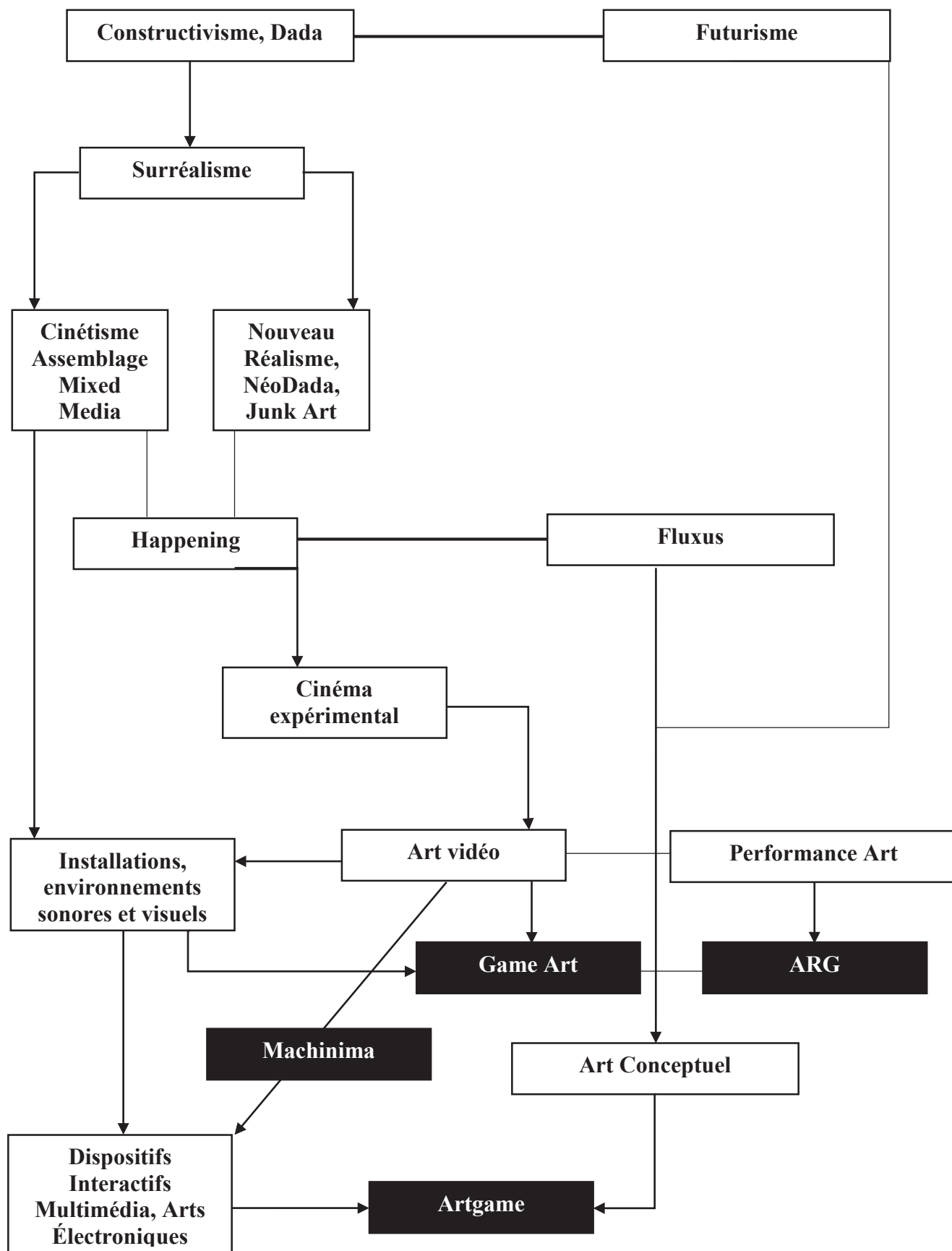


Figure A.11 Reprise de la généalogie d'Olivier Lussac (en version simplifiée), en ajoutant les courants du Game Art, de l'Artgame et les formes spécifiques des ARG et des Machinimas

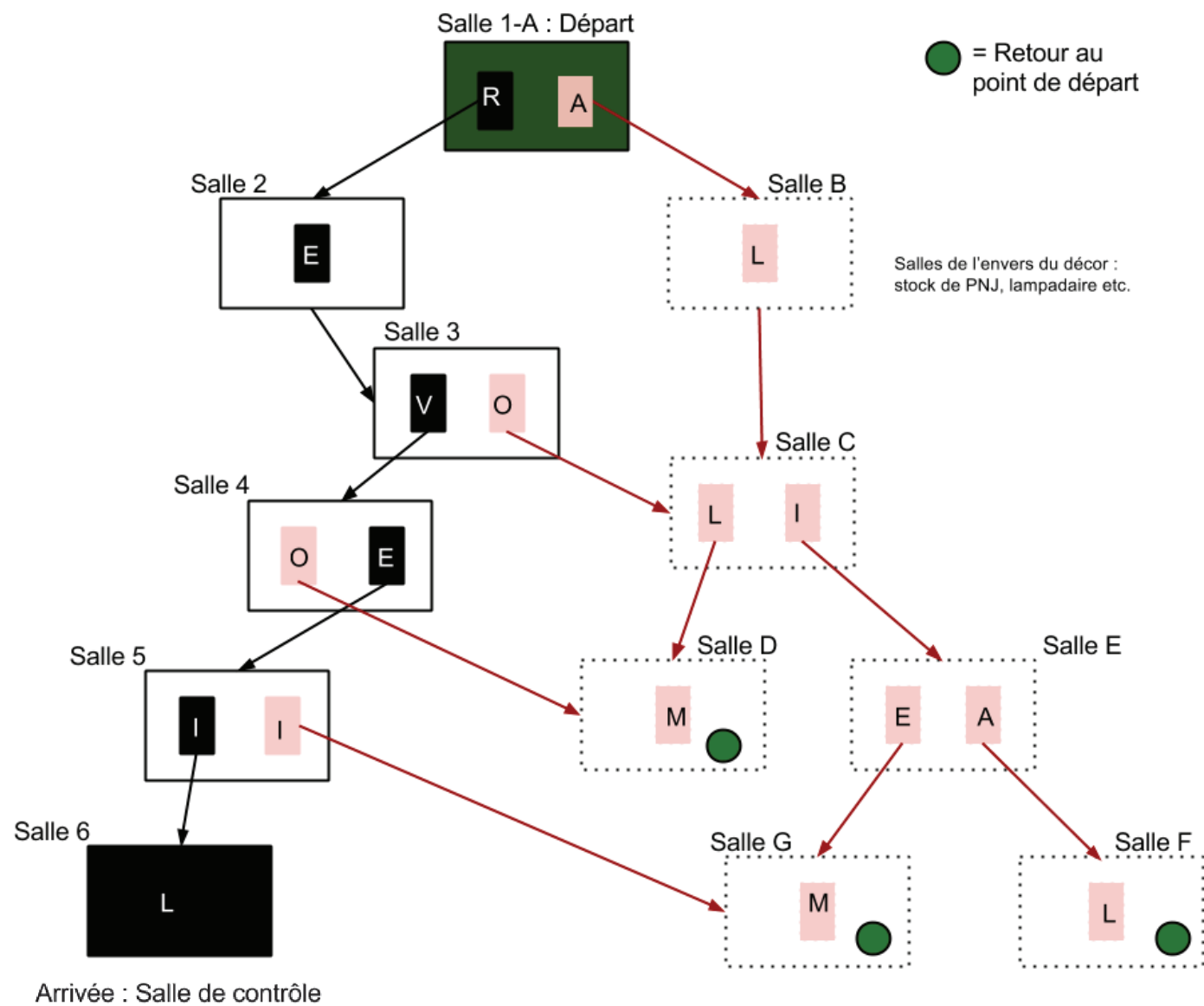


Figure A.12 Extrait du Mission Design Document du jeu L'Envers du Décor, présentation du labyrinthe

Figure A.13 Boussole rhétorique de conception et d'analyse d'artgame

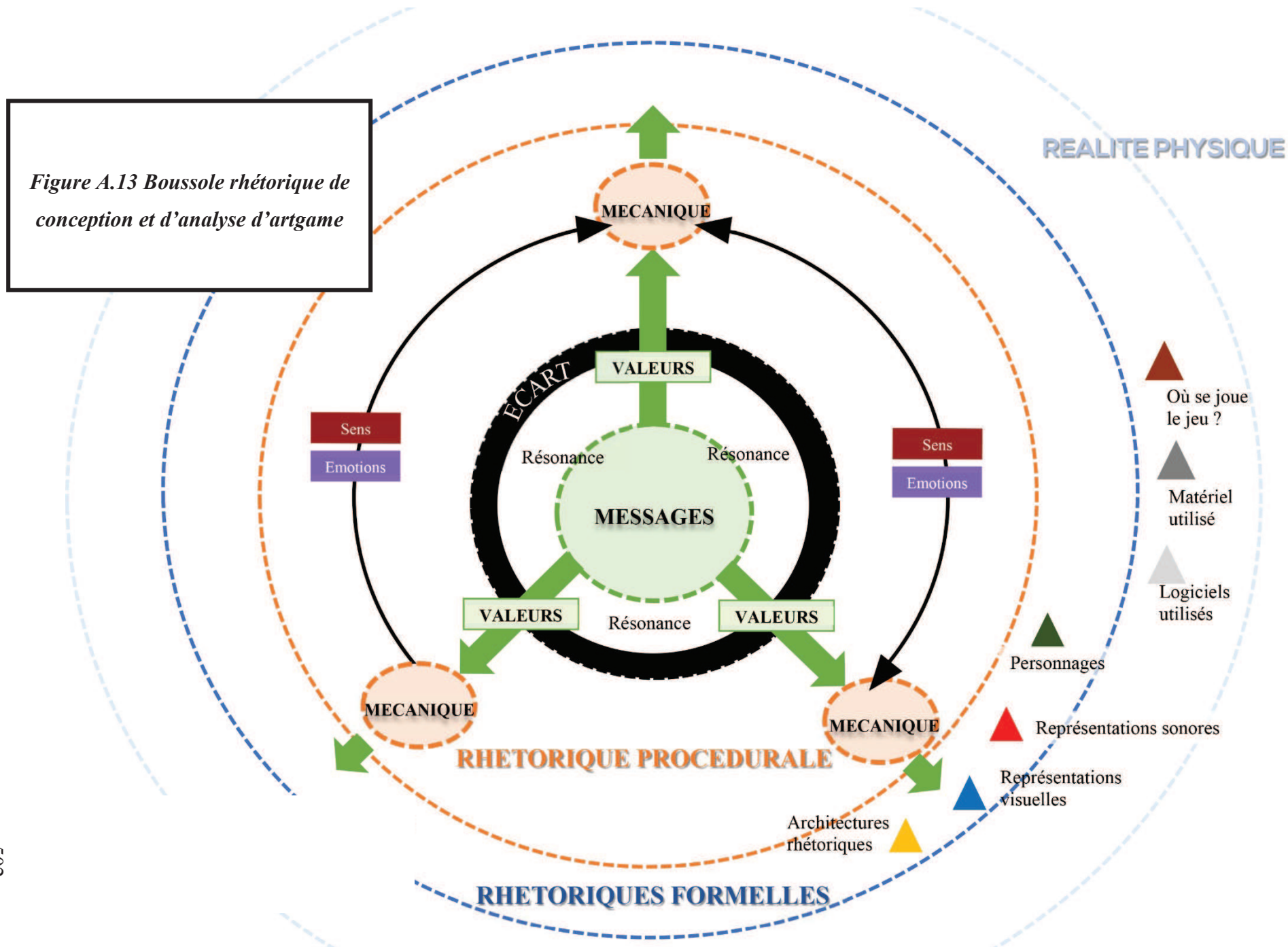


Figure A.14 Boussole rhétorique de conception et d'analyse d'artgame, exemple d'application sur le projet *L'Envers du Décor*

